Christian

Dior

迪奥传

[illegible]

[illegible]

——[illegible]

COAY Books

目录
Content

- 第1节：破碎的镜子(1)
- 第2节：破碎的镜子(2)
- 第3节：破碎的镜子(3)
- 第4节：破碎的镜子(4)
- 第5节：破碎的镜子(5)
- 第6节：破碎的镜子(6)
- 第7节：破碎的镜子(7)
- 第8节：破碎的镜子(8)
- 第9节：破碎的镜子(9)
- 第10节：破碎的镜子(10)
- 第11节：幸福时光(1)
- 第12节：幸福时光(2)
- 第13节：幸福时光(3)
- 第14节：幸福时光(4)
- 第15节：幸福时光(5)
- 第16节：幸福时光(6)
- 第17节：幸福时光(7)
- 第18节：幸福时光(8)
- 第19节：幸福时光(9)
- 第20节：美国爱情(1)
- 第21节：美国爱情(2)
- 第22节：美国爱情(3)
- 第23节：美国爱情(4)
- 第24节：美国爱情(5)
- 第25节：美国爱情(6)
- 第26节：美国爱情(7)
- 第27节：美国爱情(8)
- 第28节：美国爱情(9)
- 第29节：美国爱情(10)
- 第30节：美国爱情(11)

- 第31节： ?国爱情(12)
- 第32节： 美国爱情(13)
- 第33节： 美国爱情(14)
- 第34节： 美国爱情(15)
- 第35节： 美国爱情(16)
- 第36节： 美国爱情(17)
- 第37节： 美国爱情(18)
- 第38节： 微笑的礼服(1)
- 第39节： 微笑的礼服(2)
- 第40节： 微笑的礼服(3)
- 第41节： 微笑的礼服(4)
- 第42节： 微笑的礼服(5)
- 第43节： 微笑的礼服(6)
- 第44节： 微笑的礼服(7)
- 第45节： 微笑的礼服(8)
- 第46节： 微笑的礼服(9)
- 第47节： 微笑的礼服(10)
- 第48节： 微笑的礼服(11)
- 第49节： 微笑的礼服(12)
- 第50节： 微笑的礼服(13)

第1节：破碎的镜子(1)

11月25日的圣凯瑟琳节，克里斯汀·迪奥在工厂与大家共度节日

4破碎的镜子

不幸并没有使他成为一个可怜的人。

不幸同样教会了他许多。

——亨利·索格（HenriSauguet）

48

夏末，微风吹遍格朗维尔的海滩，随风吹来一个被人遗忘的头巾，和夏季野餐的些许残留。

现在离苍凉的冬季还尚早，游人的离开带来的空旷气氛，让眼前的景观重新呈现出自然的色彩。

夏季没有留下什么，惟有尚未被潮水冲走的光滑沙雕城堡。

折叠躺椅被仔细地堆放好，合拢的沙滩伞，俗气的条纹和夏日午后的光辉还勉强可见。

夏天的休假已经结束，秋天到了。

在“罗经点”，迪奥一家已经收拾好泳衣和大柠檬水罐。

与花园告别后，开始了漫长的午后小睡。

这是留存在家庭相册中的又一个季节。

今年是1930年。

在拉下的百叶窗和防尘罩后，他们位于巴黎的公寓也已进入休眠状态。

在无声的沉默中，甚至时钟也已慢了下来，正耐心地等待它们的主人重新启动。

但没有什么，可以防范反复无常的风肆虐空荡荡的房子，把门弄得

49砰砰作响。

在迪奥家被遗弃的公寓里，一股任性的风，把一面镜子吹落在地上，发出碎裂的声音。

这不是什么严重的事。

忠实的女家庭教师玛莎小姐匆匆扫走尖锐的碎片。

银白色的玻璃被遗忘了，不起眼的家庭“灾祸”被遗忘了。

然而，听到这次“事故”，克里斯汀所能想到的，是七年的坏运气。

在某种程度上，这似乎不仅仅是一面破碎的镜子。

它更像是一面镜子迷宫，是一出简单平常的舞台戏剧，上演着所有人的真正悲剧。

1930年九月的深夜，睡眠终于战胜了迪奥。

仿佛镜中反射的惨白冰雪颜色，仿佛一个预言，这个在路易斯-大卫街公寓中的年轻男子遭到了来自未来景象的攻击。

没有丝毫风波来临的迹象，欧洲正盛享安宁。

1929年10月，那个灾难的星期四，飓风袭卷美国，证券交易所崩溃，将美利坚合众国带到了倒塌的边缘。

股票、储蓄、或多或少的财富——一切都已成过去。

一些人被迫选择了自杀。

余震尚未越过大西洋。

受其影响的浪潮，很可能波及到它遥远的对岸，但在法国，似乎没人关注这一点。

莫里斯·迪奥泰然自若;公司业务仍在蓬勃发展，他已经靠正当的手段，积累了可观的财富。

他认为没有理由害怕任何未来可能发生的事情。

此外，在他心中，还有更紧迫的事情。

最小的儿子伯纳德，引自雅克·邦金（JacquesBonjean）的话讲，有着“令人快乐的神情”和“天使般的漂亮小脸蛋”，似乎走火入魔了。

伯纳德越来越不稳定，甚至表现出狂躁性的精神错乱。

家人忧心忡.。

最后，无可避免的事情发生了，伯纳德被确定为“具有危险性的好孩子”，不得不限制自由，加锁看管。

随后，他被送往诺曼底的精神病院。

伯纳德在那儿一直呆到1960年去世。

他的母亲曾经是个很坚强的人，现在觉得很难熬过这样的打击。

她从未当众哭过，当然，现在也不打算这50样做。

然而她病倒了——很可能缘于儿子的意外横祸。

她被诊断出纤维瘤，并于当年春天，在巴黎市郊的一间诊所做了移除手术。

一个月后，死于败血症。

那是1931年5月。

玛德琳·迪奥51岁，克里斯汀26岁。

克里斯汀在他的回忆录中记录下这件事。

他写道：“我的母亲，我崇拜的人，由于悲伤，静静地消逝了……她的死……为我的一生留下痕迹。

”母亲安葬在格朗维尔。

克里斯汀悲痛欲绝。

哀思中，母亲的形象，永远铭刻在他的心中。

他仅仅把她看作一个女人，他最崇敬的一个女人，一个他像影子一样跟随着的女人。

他们在艺术追求上的分歧，已经忘却。

第2节：破碎的镜子(2)

1947年，皮尔·卡丹在套装工厂进行第一次研讨

徘徊在花园里，她的领地，他想象自己就在她的身边，本能地给每个植物起名字，就像年轻的克里斯汀为了赢得她的喜欢所做的那样。

风儿起伏着，在每一个花瓣上，在每一片叶子上，在每一个花园小路的拐角处，他可以感觉到她的存在，时而微笑，时而严厉——正如邦金所描述的“优雅，敏锐，有时也会冷漠，却始终亲切”，现在，玛德琳越发成为迪奥心中完美女子的典型。

在她离世后的几个月里，克里斯汀孤零而压抑。

那年六月，他与瑞士朋友费尔南多和他的姐姐，一同参加巴黎殖民博览会。

这场展览会难以激起他的兴趣，他在一个展台又一个展台之间徘徊，漠然置之，似乎不见什么成效。

八月，家人在格朗维尔重聚。

阳光和温暖，似乎已经离开。

莫里斯·迪奥心碎得如同失去了灵魂。

他痛失爱妻，一个他一生奉为珍宝的女人。

她是他全部宝藏中最璀璨的部分，而这也是他本人所缺失的部分。

她无价的能量，她的优雅和非凡，她曾在某种程度上体现了他的繁荣。

她对这个懒散的男子有种秘密的约束力，迫使他不断创造更多的物质财富，年复一年。

心绪错乱的莫里斯很难开口说话。

他也没有充分意识到那场即将51把他卷进去的经济大灾难。

他只是把家庭司机辞退了，因为他认识到现在不是奢侈消费的时候。

而不久之后，他才发现，现在根本不是进行任何消费的时候。

任何人都会思量，莫里斯·迪奥是否仍然希望有一天看到他的二儿子继承他的事业。

对于克里斯汀来讲，服从不再是个问题。

然而1931年，莫里斯·迪奥发现，自己断送在一夜之间。

莫里斯·迪奥的工厂取得了引人注目的成功，获得了可观的收益，莫里斯·迪奥已开始思忖下步该怎么做。

1923年，家族生意成功上市，莫里斯获得了资本和股份。

按照迪奥家族的一个亲戚——格朗维尔博物馆的馆长——让-吕克（Jean-LucDufresne）的话说，公司上市使莫里斯·迪奥成为“家族中的首富”。

为了更好地打理个人财富，也担心儿子们不能继承他的事业，莫里斯·迪奥已经开始谈出公司的日常运作，交给未来的部长，他的堂兄吕西安处理。

一切工作都已准备就绪。

现在，可能出什么乱子呢？1916年，莫里斯·迪奥花了19万法郎，在巴黎市郊的纳伊购买了4321平方米的土地。

到1929年，这块不动产已经升值到200万法郎，并有继续升值的可能。

这个街区馥郁葱葱，到处都是树木，是郊外的理想住所，莫里斯·迪奥打算保存房屋前面的建筑，把后面的推倒，重建四座豪华的公寓楼。

莫里斯是个优秀的持家人，他想，这既能收取一笔稳定的租金，也能为他的子孙后代留下一份安全的经济保障。

1929年10月，为了给他的项目筹措资金，他建立了纳伊房地产装饰公司，他的三个年长的孩子，每人都有份。

莫里斯决定出售股票。

但随着华尔街的崩溃，他的股票价值在数天之间就下跌了20％。

迪奥认为没有必要恐慌，股市以前也这样过，他决定等待。

在此期间，他从保险公司获得了9.5百万的贷款。

他有信心，他的不动产发展计划会在两年内圆满52完成。

然而，黑色的阴影却笼罩下来。

一切都违背了原计划。

在这两年里，经济危机的巨浪已经覆没整个美国，并开始席卷法国。

莫里斯·迪奥的建设项目不仅被推迟，市场需求也已下滑——尤其是房地产，其速度如自由落体一般。

保险公司在面临即将到来的大崩溃时，急欲挽救自己的损失，召回其贷款，并要求立即偿还本金和应计利息。

催款信旋即飞抵克里斯汀的父亲那里。

现在，股票并不值钱，父亲根本拿不到现金。

更糟的是，施工头居然也居心叵测，诈走了钱财，留下一堆伪造的发票，逃之夭夭。

第3节：破碎的镜子(3)

1947年春夏花冠系列中的沙漏形套装伞裙，正是这套服装开启了“新风貌”

事态越发严峻，莫里斯离开了一段时间，到他的兄弟亨利那儿避难。

莫里斯感到十分孤独，亲爱的妻子不在身边。

稍感舒心的是，她没有经历这场大灾难。

妻子是一个始终知道如何勇敢面对事情的人，不管是什么事情。

然而现在没有妻子，他身如浮萍。

渐渐地，他被迫出售一切——珠宝、家具、房产……。

他慢慢地意识到，自己思维混乱，没有能力思考，更不用说采取任何形式的行动；他甚至考虑做份看守工的差事，就在不久以前，那个象征他所有成就的地方谋这个差。

他身边几个人的反应各不相同。

长子雷蒙德一直受他年轻的妻子玛德琳所控制。

玛德琳有耐心，而且性情温和，而雷蒙德爱走极端，性格固执，经常惹人恼火。

他绝不是一个善于行动的人。

事实上，正是由于有他妻子的强有力的保护，他才免予沉沦下去。

雷蒙德有自杀的倾向，这种家庭悲剧对他有很大的召唤力。

“他父亲的破产是致命的一击。

”玛德琳后来这样承认道。

使他在后半生不至于沉沦下去，这是留给她的任务。

伯纳德被关在精神病院里，一个只有他自己的世界里，一个债券、股票、破产已没有任何意义的地方。

至于克里斯汀，一如往常，面对其他极不愉快的现实。

他迫切想要摆脱这种状况。

这不是胆怯与否的问题，只不过是要把梦做的稍长一53点，要用时间去“消化”所发生的事情。

不过，克里斯汀，采取了预防措施，把巴黎公寓里的数件家具、绘画和其他有价值的物品，在被查封之前转移了出来，存储在父亲的朋友和伙伴邦金那里。

邦金对此印象深刻，“这个年轻人面对逆境，沉着泰然，已经不是先前那个看起来心浮气躁、只知享有特权的男子。

”得知一队建筑师要去苏联学习考察，迪奥下一步要做的是，筹措必要的资金，加入这个队伍。

他被当时的苏联所吸引，有几个原因。

和所有出身良好，有自尊心的青年一样，他曾在20世纪20年代对布尔什维克的政策和思想感兴趣。

俄国革命，争取共同福祉的理想，实现根本改变的愿望，无可避免地用浪漫主义牵动着迪奥，再加上至少从距离上而言产生的良好印象，苏联提供了自由和新开始的希望。

这样的行动，相当符合放荡不羁文化人的生活方式，他习惯这种舒适的无政府状态很久了。

在经济方面，这似乎也是个完美的契机。

资本主义处于危机中，令人感觉也许共产主义才是真正的答案。

正如他在回忆录中所述，“以前我经常与父亲争论，最后总是以砰的关门声和一句咒骂结束，‘肮脏的资产阶级！’”另一个有吸引力的因素是，苏维埃共和国是他们的艺术财富。

音乐和芭蕾方面有斯特拉文斯基（Stravinsky）、斯克里亚宾（Scriabin）、肖斯塔科维奇（Shostakovich），普罗科菲耶夫（Prokofiev）、迪亚基列夫（Diaghilev）和尼金斯基（Nijinsky）。

在绘画方面，有夏加尔（Chagall）、苏丁（Soutine）、亚历山大·罗钦可（Rodchenko）、阿尔西品科（Archipenko）、康丁斯基（Kandinsky）、库普卡（Kupka）、马列维奇（Male-vitch）、切利乔夫（Tchelitchev）和尤金·波曼（GeniaBerman）等人。

一个有能力产生这么多天才的国家，即使并非完全符合克里斯汀·迪奥的品位，也很难不引起他的好奇。

54他深信，自己将要与建筑师们一同前往苏联。

建筑师，是他在青少年时代就渴望的职业。

在那个时代，到莫斯科朝拜，几乎是每个自重的法国知识分子的梦想。

特别是小说家朱尔斯（JulesRemains），曾用生气勃勃的措辞书写了沙皇的倒台和无产阶级民主的鼓舞人心的胜利。

这也引起克里斯汀的兴趣，他渴望亲眼目睹这一切。

第4节：破碎的镜子(4)

然而，他遭受到了相当大的打击。 那里有他一直等待的壮观景色和革命热情吗？画家的抱负和交响乐大师在哪里？相反，他发现一个缺乏色彩，缺乏生活，甚至缺乏自由的民族。 他被击中，“摇摇欲坠的宫殿外墙，橱窗里空荡荡的商店和可怕的贫穷”令他深感震惊。 长长的人行道，灰头土脸的人，肮脏的污物，没有剩余，也不富裕。 严肃的面孔，街道和大街道。 难忘的只有无知——对迪奥而言，苏联本身是种悲哀。 他即刻的反应是想象更好的日子和更加美好的未来，在过去的经验里搜寻翻找，把经历变成曾经的惊叹。 “没有什么能够改变我的印象，沙皇统治下的俄国，曾经享有更好的生活方式。 ”那些苦难和冷漠，使他放弃他曾期望的热情和干劲。 幻想的破灭，并没有使克里斯汀·迪奥感到失望。 他不是那种用意识形态思考的人。 如果人人都去苏联，那么他也会。 他用双眼贪婪地观察，最终，知道了他宁愿不知道的东西。 现实愈是令他不满，他不知不觉中愈深地陷入梦幻之中。 在他回家的漫长旅途中，他所遇见的“无与伦比的美”让他陶醉。 他去了黑海沿岸的一些港口，然后又去了君士坦丁堡。 最后，回到了西方。 他回来后，如释重负，“尽管等着我的是重大危机、辛酸悲哀和焦虑不安。 ”他对售卖各种廉价小商品的集市很感兴趣，他把这种地方比喻成阿里巴巴的洞穴。 这等于又回到了童年时代，故事的结尾都是幸福的，所到之处，迎接你的都是明媚的阳光、温暖的色彩和微笑的面容。 他陶醉于异国他乡的美丽富饶的景色，也不放过对当地人是否过得幸福这一问题进行思55考的机会，他们的精神面貌好像足以说明他们的生活是美好的。 这是他可以放松的短暂时刻。 他知道巴黎的家里有各种各样的问题在等着他。 他的回归，如他自己所言（他实际上借用了作家塞林娜的话），将是“一次通向黑夜尽头的航行”。 他需要呼吸新鲜空气，重振精神。 但他所面临的问题，已经找上了门，比预期的还要早。 在马赛，他收到一封雅克·邦金发来的电

报，邦金也破产了。 这个结局，几乎是不可避免的。 经济危机的迅速而广泛地蔓延。 从此时起，这两个合作伙伴被迫分道扬镳。 克里斯汀·迪奥独自抵达巴黎。 他的家人已迁回格朗维尔。 他们以前生活的残存，似是近在咫尺，却又远在天涯。 巴黎的公寓已经被查抄了。 他独身一人，没有家，但周围有许多朋友，既有亲密无间的也谈泊如水的。 在他经济拮据时，那些他曾倾心帮助过的人，如今证明，都表现出了感恩和同情。 迪奥是有教养的人，仍然十分谨慎，这让他几乎不引人注目。 他从来没有表现出他很饿（虽然他常常没有吃饭就回到住处）。 他从不要求什么，仅仅接受所提供的。 邦金回忆起迪奥在分割股票时的“慷慨”，他从没打算放弃两人之间的友谊。 每星期最少一次，迪奥会与邦金的家人共进午餐，与杰曼演奏二重奏，仿佛不可动摇的仪式一样。 他也永远都不会忘记，为他的教女带上一件礼物或是一些糖果。 迪奥-邦金画廊保留下来的画作，仍然摆放在位于冈巴塞莱斯大街的皮埃尔·科勒（PierreColle）的画廊里。 他是克里斯汀·布拉德、马克思·雅各布和巴尔蒂斯的朋友，还是迪奥和邦金许多认识很久的老朋友的热心赞助者。 他们甚至在1929年组织过一次联合展览。 皮埃尔·科勒友好的姿态来得正是时候，如此，与迪奥等人结成了一生的友谊。 1932年9月，迪奥花了好些天的时间，试图出售他的那些画。 “我56们从货品债权人那免除了损失，同时继续举办超现实主义或抽象展览……这赶走了我们最后的买家。

第5节：破碎的镜子(5)

”没有谁能逃脱得了经济危机，直接交易和商议的日子一去不复返。 它更像是一个永久的清仓大处理。 “事实上，股市大跌不到一年的时间，几乎所有在法的外国人，那些挥金如土的人都回家了。 阿根廷人卖掉他们的钻石，英国人出售他们的游艇，美国人收拾起他们的皮草和孩子，剩下的，是情妇”，美国作曲家维吉尔·汤姆森写道。 维吉尔骨子里是个巴黎人，他看着空空如也的酒店，叹了口气，徒劳地充满希望，等待下一次旅行。 那些曾经进来打开钱袋的悠闲散步者和浏览者消失了。 人们没有更多的钱，钱包是干瘪的。 “除了偶尔的赞助人或诺阿依斯子爵和子爵夫人或大卫·威尔（DavidWeill）先生这样的艺术爱好者，”克里斯汀·迪奥指出，“画商之间彼此倾销画作，而价格还在不断地下降。 ”这是没有人会走进画廊的日子。 就这样，为期三年的冒险，到头来悲惨收场。 只留下了一堆催得紧的支付票据，和要以半价处理掉的画，有时甚至是原价的四分之一。 不过总的来说，这已不是一段消极的经历。 也有过令人感到振奋的时刻。 这些时刻，弥补了落空的希望、沮丧、背叛和棘手的积怨。 难以处理的积怨折磨着艺术世界的任何一个领域。 对于那些没有遵守承诺的艺术家，别人也顺便遗忘了他们的合约。 现在，克里斯汀·迪奥开始适应他的新生活方式。 有史以来第一次，他的自由，不会让别人失去什么，他享有自己的路。 这一年，他27岁，但现在才似乎真正地成熟。 自己做主的新经验，让他油然而生一种自豪感。 这是一种普遍的经验。 “似乎没有出路，不只是我，而是我们整整一代人。 ”别人的不幸，不会自动减轻自己的不幸，但经证明它确实令人安心，因为共同的灾难，是完全不同的事情——命运的举动，没有人该为此而受到谴责，它不是个人判断的失误。 迪奥和他的朋友们发现，自己又回到了之前的老路上。 有福同享，57有难同当。 他们似乎执意要像以往任何时候那样，孩子般地寻找消遣。 他们曾经嘲笑资产阶级，现在他们对经济危机嗤之以

鼻。“多少次，我在店里非常疲倦地等待那个不可能来的客户。 我会跟马塞尔·赫朗连续几个小时躲避在罗香波旅馆里，这里跟德尔·邓恩家族在布瓦西-安格拉大街开的那家乌依蒙旅馆一样，可以随便赊购。 我们中的一些人打定主意，不管发生什么事都不支付一分钱。 在绝望的土地上，莫里斯·萨克斯（MauriceSachs）起草出了生活新规则。 他是我们当中第一个富起来的，也是首个破产的人。 ”。 越是绝望，越要享受这种逃避的乐趣。 最优秀的传统应该得到发扬。 “屋顶之牛”酒吧继续成为他们的据点。 店主路易·穆瓦塞（LouisMoysès）也未能逃脱厄运，他被迫搬迁到庞蒂埃弗尔大街一座快要被拆除的屋子里。 他一如既往地忠实于他的顾客们，把他们当做自己的家人，对所有曾经给他的酒吧带来好运和声望的老顾客表现出绝对的慷慨。 像迪奥和他朋友这样的“新流浪者”，在这里可以享受到晚饭的款待。 即便在这个凄惨的新环境里，穆瓦塞也设法保留了布瓦西-安格拉大街那些充满生机和活力的东西，这让那些能够付得起钱的顾客们大为满意。 穆瓦塞甚至设法为迪奥和尼可拉·邦加尔（NicolasBongard）在餐厅上的阁楼里找了两个房间。 没有什么奇妙的东西，没有电，屋顶甚至是漏的，但这毕竟是个栖身之所。 他们好像又回到了过去那种无忧无虑的生活中，经常玩乐到凌晨时分。 一旦有人得到一点意外收入，他们就会全部用来举办晚会。 只需要一部唱机或一架钢琴，再有一点儿喝的就行了，然后大家又散去。

第6节：破碎的镜子(6)

“化装哑剧已成了一个固定节目。 邦加尔、他的朋友、还有我，各自装扮好，从一个地方到另一个地方，步行去参加化装舞会，不引起别人的注意。 58然而，不管你多么认真地去追求玩乐，这毕竟不能完全替代真实的生活。 在忧郁的日子里要保持笑容，这需要很大的毅力。 晚会后的早晨变得越来越难以面对。 一旦聚会结束，那种空虚寂寞便令人难以忍受。 在过了3年这种日复一日举办通宵聚会的生活之后，皮埃尔·科勒的画廊也被迫关闭了大门。 而克里斯汀·迪奥在这样过了几个月后，耗尽了体力，终于病倒了。 他患的是严重的肺结核，需要马上换一换生活环境。 但他身无分文，况且，在1934年，还没有全国性的社会健康保险这回事。 迪奥是个在困境中始终能够找到朋友的人。 这次，他的忠诚又得到了回报。 一些朋友共同捐资，向他提供医疗费，先让他在比利牛斯山区的一家疗养院住了一段时间，然后再到伊比扎的巴勒里克岛，那儿的生活要比在法国便宜许多。 这是迪奥平生以来第一次完全独处，他不得不面对自我。 他再也不能通过观赏周围其他人来逃避自己，他不可能再欣赏别人的才能，他不可避免地要去开发自己的潜能。 “在这种远离巴黎的退隐生活里，我发现一种新的欲望，即创造出某种属于自己的东西。 ”首先，他就近取材。 从当地的手工艺品中，他发现自己对挂毯针织艺术产生了兴趣，甚至是一种激情。 这并不让人吃惊，因为他是擅长用针的——他曾经缝制了那么多化装道具！他以极大的热情全身心地投入到这一新的嗜好中去，在那个岛上默默地绘出设计图。 他一不做二不休，甚至计划在那儿开一家制衣作坊。 只是由于缺乏资金，加上当地人普遍对此没有热情，他才作罢。 这一切使迪奥认识到，他必须工作，亲手创造价值。 经过一年的阳光下的休养，迪奥的身体逐渐恢复。 他的头脑中也充满了全新的思想。 于是，他回到了巴黎。 巴黎的情况变得更糟，尤其对他的家庭更是如此。 他家里几乎不名一文。 莫里斯·迪奥早已窘迫不

堪。 克里斯汀现在回到巴黎，显得很精神、很成熟。 那段退隐生活使他成了一个富有责任59心的成人，他非常清楚自己不可能再回到那种几乎置他于死亡之门的生活中去。 他不再有能力、甚至也无意再去过那种玩乐轻浮的生活。 他在伊比扎的那段日子过得轻松自在，而回到大城市后，经济上捉襟见肘，他显得窘迫不安。 这两相对照使他明白了不少事理。 他回来后的第一个任务便是去照料不幸的父亲和现在已叫凯瑟琳的小妹。 他们家先前的女家庭教师玛莎小姐仍然忠实于昔日的主人，让他们在普罗旺斯小镇卡利安与她同住。 她的房子实际上不过是一座小棚屋，但四周绿油葱葱，景色宜人。 此外，南方的生活要简朴些、便宜些，也要安宁些。 玛莎料理一切事情，那父女俩几乎全靠她了。 家中唯一有希望找钱、或试图去挣钱的人只有还待在巴黎的克里斯汀。 他开始四处寻找工作，害怕失去或被人挤掉每一次机会。 他垂头丧气地从一家走到另一家，听到的都是同样恼人的回答：“对不起，这儿没有。 ”他想要的只是一份办公室里的工作，比如说在一家保险公司或银行任职。 他衣兜里揣着求职信，走遍巴黎，不断地悲观失望，但始终没有放弃。 他感到某种不公正——他在推销自己去干毫无兴趣的工作，而别人对他也不感兴趣！大多数公司正在裁减人，而不是在雇佣人，克里斯汀因此对自己的机遇并不抱什么幻想。 多亏他那些随时愿意帮忙的朋友，晚上给他提供一张床位，早晨给他鼓励，他的精神才不至于被击垮。

第7节：破碎的镜子(7)

他们也大都因此而佩服他。 正如亨利·索格后来所说，“不幸没有使他成为一个可怜的人，它实际上教会了他许多东西”。 化装舞会仍然在进行，但克里斯汀的心已逃逸了。 每天清晨，他都会重复着同样的程序——跑到报摊边，迅疾扫视报上“空缺职位”那一版，然后再一次挨家挨户地去跑。 过了些时日，他扩大了搜索面，到处去碰运气，到处去敲门。 有一次甚至敲到了时装设计师吕西安·勒隆的门下，他那儿的办公室工作有一个空缺。 “你不是我们所要找的人。 ”依旧是那种熟悉的、可恶的回答。 60“我想我实际上更适合做女性时装设计工作。 ”他话刚说出口，便不得不离开了勒隆公司。 他又走到了人行道上，无法控制住自己的沮丧。 但那句话始终缠绕着他。 他停下来反复念叨着这一想法，这使他振作起来：“我想我实际上更适合做女性时装设计工作。 ”女性时装？嗯，为什么不可以？这就像一件老是缠住你不放的事情，你无法回避它，它也不会走开的。 现在有办法了。 女性时装……他继续走着，从一条街走到另一条街，竟忘了自己要去哪里。 突然，他想起了童年时代的管乐队、狂欢节花车和化装舞会。 那一切难道真的如此荒唐？生活本身就是一场狂欢。 戴上面具，装得无忧无虑，至于命运怎么样，就任凭命运之神的安排了。 谁知道他会把你带向何方？一位司机差点撞上了他，大声骂他是白痴，走路也不看着点儿。 “噢，是的，我是。 ”克里斯汀说道，想起了他曾经制作的最漂亮的服装。 女性时装……女性时装……为什么不可以？他想象自己在制作最漂亮的套装，这儿加条带子，那儿添根饰针，充分利用小阁楼里的每一块布料。 那儿充满了欢笑、色彩和节日般的气氛。 女性时装，女性时装。 克里斯汀想到的是别致的衣着、用几块零碎布料做成的帽子、镀金的纽扣眼。 人们会来叫他、央求他。 “帮帮忙吧，克里斯汀。 ”他不知道自己身处何处，他以前从未来过这一街区，但还是一直往前走。 忘记过去那种优裕的生活吧，不要管什么规章法则，自

由自在地、按照自己的意志去生活，在一个充满成人的世界里做一个孩子英雄，最终会逐渐形成自己的气候的。 女性时装！多美妙的想法！但现实是……一想到过去那些时光，他不禁感到眩晕。 人们曾经赞美过他设计制作漂亮新衣的才能。 那位腼腆的、寡言的小男孩在展现他的才能时，一61点不害怕、也一点儿不在乎别人的指责或讥笑。 事实上，也没有人把他叫做“假女孩”。 他继续往前走了几步，脑袋里一片茫然。 突然，他停了下来。 对，就是它！今天不再去找“空缺职位”了。 女性时装，女性时装？让狂欢节开始吧！就在这时，好运终于降临到他头上。 在他仍然保存的几幅画里，有一幅是拉鲁尔·杜菲（RaoulDufy）的《巴黎景色》。 时装设计师保罗·波烈（PaulPoiret）在1925年的装饰艺术品展览会期间曾用它来装点他的游船。 几年之后，日子艰难的时候，波烈把它卖给了迪奥。 现在，迪奥在突然之间也找到了一位买主。 这笔意外收入还不算菲薄，至少可以让迪奥缓口气了。 他马上开始行动，不再徒劳无益地去寻求那些他根本不感兴趣的工作。 这笔钱虽然不足以过长久日子，但意味着他能够帮上他的家人（这是他的首要考虑），能够放弃他认为无法忍受、完全不适合他的那种生活。 下一桩好运来自于克里斯汀·布拉德的表弟让·奥泽恩（JeanOzenne）。 后来成为演员的奥泽恩当时是一位时装插图画作者，住在亨利四世滨河路，那儿“具有塞纳河上最美的风景，圣-路易岛上的公园，不远处可以看到先贤祠”。

第8节：破碎的镜子(8)

他邀请迪奥搬过去与他同住。 这正是克里斯汀·迪奥求之不得的。 巴黎的这一地区不仅是他所喜爱的，而且与奥泽恩同住将成为他人生中的真正转折点。 他的东道主是一位很有才华的绘图师，可以毫无困难地把他的设计图卖给一些时装公司。 上门求货的人很多，他得不断地工作。 而克里斯汀有的是时间来观察他、羡慕他。 然而，自从有了伊比扎那段经历后，他意识到，仅仅通过观察是不够的，他也要进行创造。 让·奥泽恩在这方面真是个理想的伙伴，他看到克里斯汀几乎不用什么东西便可制作出奇妙的服装来，便鼓励他，说他完全有能力跟着自己学习。 事实上，他的确要指点指点迪62奥。 迪奥决心投身于这一新的事业中去。 这好像就是他一直在等待的一切，仿佛有人对他说：“来吧，干吧。 你是好样的，我相信你。 ”他细心研究杂志上的插图，掌握了透视和比例技巧，把每分每刻都贯注于这一崭新的职业之中。 奥泽恩的美国朋友马克斯·凯纳（MaxKenna，也是一位插图画作者）教他如何用画笔，与他讨论色彩，并鼓励他不断努力。 克里斯汀每学做一样都要重复很多遍，房间的地板上到处都是纸，有些被扔在废纸篓里，有些被他一气之下揉成了一团。 他喜爱绘画，但他意识到自己以前从未真正学会过怎样拿笔。 不过，他感觉到他已找到了适合自己的职业，再不会有什么改变了。 终于有一天晚上，奥泽恩带着一副凯旋而归的样子回到住所。 他卖出了克里斯汀的六张设计图，价格相当可观，得到了120法郎。 克里斯汀高兴得忘乎所以。 “这是我用自己的双手真正挣到的第一笔钱。 我惊喜不已。 那120法郎是一位关心我、忠心于我的朋友带来的，它们就像漫漫长夜后的第一束阳光。 它们将决定我的前程。 我现在仍然能看见它们在闪光！”受这首次成功的鼓舞，他决定离开巴黎去南方。 那儿，他可以与他的家人在一起，关起门来进一步完善他这一新的技能。 他30岁了，正充满激情，因为他终于找到了自己的侧重点。 一到卡利安，他就拿起纸笔坐下来工作

了，往往一坐就是几小时，不停地钩钩画画，设计好实物模型，又重新开始，寻找自己的表现方式。 不管结果是否令他满意，他在顽强地进行下去，这是他父亲、玛莎和凯瑟琳以前从未见到过的。 他在桌边不知不觉地坐了两个月，蟋蟀的叫声和薰衣草的香味一直陪伴着他，给他以灵感。 他没有耐心再这样反复做着实验，他需要别人看到自己的作品，并发表看法。 因此，他又带上劳动的果实回到了巴黎。 63在他首先求助的那批人中，包括他的朋友、《时尚》杂志主编米歇尔·布伦霍夫（MicheldeBrunhoff）和时装设计师兼室内装饰师乔治·格夫雷（GeorgesGeffroy）。 他们在做出诚恳批评的同时，也给他以鼓励，并提出一些建设性建议。 克里斯汀都认真地听取。 他回到画板上，这里修修，那里改改，一切重新开始。 他是一个模范学生，要追求最好的成绩，而毫不考虑别人的讥笑或指责。 很快，他又挨家挨户去敲门了。 不出所料，他的作品受人喜欢。 尤其是他设计的帽子，比他设计的衣服更为成功。 例如，帽商克洛德·圣-西尔把他设计的帽子全部买去，“以确保别人不会得到它们”。 就这样一步一步地，通过考察和慢慢积累经验，他设计的服装也开始打响了。 罗斯·瓦卢瓦（RoseValois）、尼娜·里奇（NinaRicci）、夏帕瑞丽（Schiaparelli）、莫利诺埃（Molyneux）、帕昆（Paquin）、巴伦西亚加（Balenciaga）、帕图（Patou）等，全是些大公司，以各种各样的方式抢购他的作品。

第9节：破碎的镜子(9)

他突然发现自己在时装界正声名鹊起。 迪奥的日记表明，从1935年9月开始，他的销售客户事实上已有差不多50家，包括成衣制造商、皮毛衣商、女帽头饰商和一些时装杂志。 刚开始，他挣到的钱只够勉强维生，逐渐地他挣得越来越多。 这无疑要归功于他那些富有表现力的设计图，他的一笔一画都体现出运动和力量。 他的才能还表现在他可以把穿着他设计的衣服的女性惟妙惟肖地画出来。 他的生活改变了。 他找到了他生存的意义，以及一种良好的感觉，即“千里之行，始于足下”。 另外，当然还要感谢他的新职业给他带来的稳定收入，使他能够考虑找一套属于自己的住房。 自从1936年以来，他就一直住在波旁王宫广场边的布尔戈涅旅馆。 乔治·格夫雷也住在那儿。 当时，艺术家和知识分子住在旅馆里以逃避税收，这是很普遍的一种方式（只有那些有永久住宅的人才必须缴纳个人所得税）。 一天，他64在外面散步的时候，看到王室大街10号有公寓房出租。 那套房子非常理想，尽管得先爬4段楼梯。 有5间大屋子，一年8000法郎。 迪奥要了它，搬了进去。 下一件光荣的任务是如何装饰他的新居。 他需要购置很多很多的东西：擦光印花棉布、大花装饰布、乳色花瓶、装有小软垫的扶手椅、盖着西班牙白色条纹纱巾的沙发……他的好友克里斯汀·布拉德陪着他跑遍了旧货摊和古董店。 他又重新过上了迷人的资产阶级生活。 “他在这个大城市里重塑出一个缩微的格朗维尔。 ”时装杂志编辑艾丽丝·夏瓦尼（AliceChavane）这样回忆道。 为了重新找回童年时代的那种滋味，他专门从马提尼克聘来一位优秀厨师，以他曾经非常熟悉的那种亲密无间的好客方式接待他的朋友们。 他现在不仅是自己房子的主人，也是一家之主，继续寄钱到卡利安去，定期与他父亲和妹妹保持联系。 就在他离开布尔戈涅旅馆之前，他偶然结识了另一位朋友，这使他在自己的事业上又向前迈了一步。 这位朋友是通过乔治·格夫雷介绍认识的，名叫罗伯特·皮凯（RobertPiguet），当时一位

很有名的女性时装设计师。 皮凯买了他的几张设计图，由于欣赏迪奥的才能，又要他为自己的下一次展览设计几款衣服。 把思想表达在纸上和把它以实物形式创造出来，二者之间是有很大差别的。 迪奥开始有机会看到自己的一些设计图纸变成了真正的衣服。 那位女性时装设计师对他的信任也加强了他的自信。 直到这以前，他的趣味还一直深受他所崇拜的那些人的影响，比如说香奈儿小姐和莫利诺埃。 前者的“优雅，即便对于一个外行来说，也足以耀眼夺目了；她以一件套头衫和十串珍珠，使时装界发生了一场革命”；而后者“设计的衣服，我认为穿在跟我一起出去闲玩的那些女人身上更合适”。 皮凯要的是“迪奥”，而“迪奥”也正是他想得到的。 地位还不是十分稳定的迪奥发现他确实有自己的想法——这些想法后65来都成功了。 他为皮凯设计的第一批女装便大获成功。 他不再是一个兜售成品的插图画作者，而是一个别人愿意雇佣的设计师。 他再也不用等着去求见，比如说，因在一家时装公司耽误了时间，先前的约会就可以推迟。 他的学徒期结束了。 他同时兼任《费加罗报》和《时尚》杂志的专栏投稿人，不再满足于仅仅复制那些名设计师的设计图，而是可以大胆地添加自己的东西。 1938年6月，罗伯特·皮凯让他成为公司里的一位正式服装设计师，负责设计制作服装样品。 事实证明，皮凯是一位很苛刻的师傅，有些反复无常，这使得克里斯汀有时候日子不好过。 但是，在这家位于香榭里舍大街的公司里的这一段经.，给这位未来的时装设计大师以必要的磨炼。

第10节：破碎的镜子(10)

他后来回忆说：“我刚开始进入缝纫车间和那些女工相处时，很害羞，但也很认真。 我教她们如何处理斜裁的布条和衣袋的小块衬布。 ”皮凯对这位新聘来的人感到很满意。 迪奥为他的第一次展出设计了一种被称做“英吉利咖啡”的连衣裙，这是受《模范小女孩》的启发而创造出来的。 《模范小女孩》是一部经典的儿童文学作品，由一系列小说组成，作者塞古尔伯爵夫人在里面描写了一群讲文明、有礼貌的小姑娘。 她们穿的衣服领子呈圆形，袖口很窄小，裙摆很宽大，饰有英国刺绣。 “英吉利咖啡”引起一时轰动。 当克里斯汀·布拉德把迪奥介绍给巴黎上层社会名流玛丽-路易丝·布斯格（Marie-LouiseBousquet）时，他说这位是“‘英吉利咖啡’的创造者”。 布斯格认为自己发现了一颗大有希望的新星，于是又把他介绍给时装界贵妇、《哈泼芭莎》的主编卡美尔·斯诺（CarmelSnow)。 克里斯汀·迪奥现在刚刚跨过了时装界这座特殊宫殿的门槛。 成功的滋味真是美妙，犹如花香四溢。 迪奥在艺术圈的朋友们开始纷至沓来，请求他为他们贡献自己的才能。 1939年，马塞尔·赫兰要他为自己制作的谢立丹名剧《造谣学校》设计道具服装。 只有那些不了解迪66奥底细的人才会吃惊地看到他如此迅速地安心于这一让他从童年时代就着迷的行业。 他马上有了一批跟随者。 他那位女演员朋友奥黛特·约依埃在赫兰制作的剧里担任一个角色，她还记得在第二幕戏里，尤兰德·拉芳特穿的那件宽大的黑红两色条纹的连衣裙博得观众阵阵掌声。 该剧由罗兰·图阿尔（RolandTual）和他的妻子丹妮斯导演。 丹妮斯参加了所有的服装排练，她仍很清晰地记得迪奥的贡献。 “他设计的服装都有一种滑稽感。 帽子被夸张化了，很大，有上翻的帽边。 他对色彩的运用也颇新奇，明亮晶莹有如英国的酸味糖果。 这位年轻的设计师工作时的那种兴趣和认真劲儿给我留下特别深刻的印象。 这家伙细致周到，向别人讲解时，说得简明扼要，让人无懈可击。 ”迪奥所做的就是把他为皮

凯设计套装用的那套方法，同样地用在了戏剧服装方面。 戏剧舞台讲求的是一种视觉效果，迪奥很容易引起人们注意。 丹妮斯·图阿尔非常欣赏这位完美主义者，几年之后，她又叫他为她丈夫的电影《圆柱床》设计服装。 迪奥对他的私生活一直保持绝对的、近乎病态的谨慎态度，不过现在他变得要自由开放一些了。 他与一个名叫雅克·霍姆贝格（JacquesHomberg）的朋友同住。 霍姆贝格比他小10岁，却比5英尺10英寸的他高出一大截。 此外，迪奥长得圆胖，而霍姆贝格却很纤瘦。 霍姆贝格是个很有教养的年轻人，终生追求的是公共服务事业。 迪奥重新过上舒适的物质生活后，又开始热衷于旅游。 他和霍姆贝格一起参观欧洲各地的博物馆，游逛本世纪初建的那些古董店，而迪奥最喜爱的是法国乡下的景色。 这几年，只有格朗维尔他俩没去过。 生活的一切都显得很美好，或许巴黎人太满不在乎了，不愿正视即将爆发的事情。 经济危机好像已被遗忘，没有人去注意慕尼黑发生的邪恶事件。 1939年春天，整个巴黎都沉浸在一片狂欢之中。 人们不停地跳着67舞，维也纳式风格又在沙龙里重新出现。 事实上，上层社会的舞会从来就没有停止过。 艺术家们重又受到欢迎，加入贵族圈子，只要他们愿意为聚会助兴。 芭蕾舞动作编排塞尔日·利法尔上演了精彩的芭蕾舞，克里斯汀·布拉德、让·雨果、可可·香奈儿等奉献了漂亮的装饰和服装。 普朗克受邀为诺阿伊伯爵夫妇自1929年以来就已开办的舞厅谱曲并在钢琴上伴奏。 毕加索为萨蒂的芭蕾舞《信使》设计的背景幕布在博蒙伯爵的晚会上受到人们的赞美。 《纽约人》杂志记者詹内特·弗拉内尔在圣-奥诺勒郊区的豪华大厅里看到那种浮华生活后也颇感震惊，这在她定期的反映巴黎生活的专栏里可以读得到。 “战争的恐惧看不见。 法国人都很放松，得意洋洋，以为这是一个文明的美好时代。 ”在大灾难降临之前最壮观的一次舞会是由《哈泼芭莎》在巴黎的一位编辑主办的。 路易·梅西（LouieMacy）建议，为何不把长久没有使用的历史性建筑萨勒旅馆重新开放，哪怕就一个晚上？只需要一些枝形?灯、能提供500位客人吃饭的厨房和用来装饰桌面的玫瑰和水

仙就行了！迪奥是这次童话般盛会之中的一位客人，另外也包括温莎公爵夫人、贝贝·贝拉尔以及《哈泼芭莎》的全体编辑人员。 卡美尔·斯诺在回忆录里曾这样写道：“从王子到工友。 这次盛会把美国的企业精神和法国人追求高雅的热情结合了起来。 这是世界上最好的组合。 ”路易·梅西是一个把巴黎当做家的美国人。 1929年的经济危机刚刚爆发时，不少美国同胞逃走了，但也有相当一批人继续待了下来。 巴黎人有一种不怕被困境吓倒的风格，这是一种对生活的鉴别力，即钱并不总是最重要的，它有时可以退居其次。 每次卡美尔·斯诺跟路易去拜访她们的朋友玛丽-路易丝·布斯格时，都会惊奇于这位女主人待客的方式：她能让巴黎最了不起的人物们聚集在她的家里，而她招待他们的只是几杯橘子汽水和一些饼干。 让人费解的是，她也能让那些更讲究物质享受的美国人着迷。 女演员热内维埃夫·佩奇曾说：“那是另一个时代。 68在我整个童年时期，我的周围都是些独特的人物，他们无论遭遇到什么不幸，都决不会承认失败。 教父就是一个经典榜样，他在破产的巨大痛苦中仍然能保持高雅。 在他最黑暗的日子里，有时他过来同我们一起吃午饭时，我们知道他可能已有好几天没有吃饭，但他每次来总是少不了一件小礼物，总是有一点什么东西向我们表明他是想着我们的。 ”这一类难以捉摸的事情也让家居巴黎的美国作曲家和音乐评论家维吉尔·汤姆逊惊叹不已。 汤姆逊是亨利·索格和弗朗西斯·普朗克的朋友，也参加过新浪漫主义运动（其中有诗人、音乐家、克里斯汀·布拉德这样的画家以及克里斯汀·迪奥这样的商人），他这样总结道：“我在法国比在其他任何地方都更幸福，在那儿我感到更舒适、更安宁。 我可以专心致志地搞我的音乐创作。 我生活在友谊、爱情和美味佳肴的氛围之中。 那儿没有美国的紧张不安、英国的绝望悲观和正在德国流行泛滥的灾难。 ”正是在这个时刻，欧洲大陆开始听到沉重的行军脚步声，不断出现恐怖的新政权。 欧洲再一次卷入战争。 克里斯汀·迪奥将面临另一个艰难和饥饿的时期。 _

第11节：幸福时光(1)

8幸福时光 只要做到自然和真诚，一个人就能够创造出意想不到的革新。 ——克里斯汀·迪奥（ChristianDior）1341947年2月12日，是一个寻常的黎明。 除了几个行色匆匆的路人和一些偶尔经过的汽车之外，整个街道空空荡荡，这是巴黎近日来少见的景象。 煤气短缺，煤炭短缺，没有一种生活用品供应充足。 晨间的收音机里播放着日常食品供应量从350克下降到200克的讯息。 气温，就像士兵的斗志一样，骤然下降到零度以下——准确地说是零下6度，尽管上周的气温稍稍转暖，但是现在温度已经降低了13度。 刚过上午10点，然而寒冷的天气并没有阻止一群人冒着严寒前进的步伐。 这群人构成了巴黎街头一道独特的风景，因为在蒙田大道30号入口处灰色的遮篷下面，他们为了取暖都在跺脚顿足——这个群体大概有100人，女士们穿着貂皮大衣，男士们全都穿着整齐而优雅的服装。 他们站立在人行道上高谈阔论，显而易见，他们都互相熟知。 他们似乎都在等待着某一特殊时刻，并且随着等候的队伍缓慢地向前移动，尽管他们手中都挥动着邀请函向135裹在灰色双排扣大礼服的门卫示意。 “每次只能进入3个人，请见谅。 ”门卫说道。 其中一些女士逐渐变得焦躁不安。 因为等候的人群互相推挤，她们没有等待的习惯，而且她们的时间非常宝贵。 所有这一切都只是为了一些裙子！为了那些她们翘首企盼14天的裙装，那些将在服装秀中展示的裙装。 在混乱的人群中，没有人注意到一小群工人悄悄进入等候人群对面的街道。 铺设地毯的人员已经工作了一整夜并且做好了充足的准备，一组来自花店的工作人员紧随其后地很早就开始做准备工作。 通往场面盛大的沙龙门廊和楼梯两侧都装饰着最绚丽的花束，这场沙龙以珍珠色和白色为主要色调。 这真是难以置信的景象——与城市中等待分发食物的队列和将要饿死的饥民形成了格格不入的景象。 毕竟，上周有些工人死于肺炎，而且由于运河冻结，这座城市已经没有任何煤炭储量了。 站在沙龙楼梯上的正是克里斯汀·迪

奥，他刚刚监督工作人员在沙龙的门廊里放置一些巨大的手掌状装饰物，以便支撑起在壁炉台镜面上方安装的巨大椭圆形花环。 这种巧妙的布置非常迷人，而且他本人也非常欣赏。 在他周围，围绕着嘈杂的人群。 哈里森·埃利奥特（HarrissonElliott）手里拿着座位安排表，正在检查固定在座椅上的席次牌。 “伊莱娜·拉扎雷夫……是的。 苏珊·特莱？我是不是曾经弄脏了她的时尚沙发？”迪奥不经意地流露出左右为难的情绪，他陷入了沉思。 高大的蓝色翠雀花，粉红色的豌豆花，以及生长在山谷的百合花，百合花可是他最喜爱的花。 这些花都来自他最钟爱的拉肖姆花店。 他摘下芳香四溢、带着树叶的小树枝放在他的纽扣孔里。 迪奥还给他的合作伙伴马塞尔·博萨克（MarcelBoussac）送去了装饰好的花束，博萨克在前一晚还与迪奥并肩作战。 在前几个月的准备工作中，博萨克经常工作到深夜，为了得到迪奥等待许久的签章，把他忙得喘不过气来。 博萨克从办事处回到位于纽依利的家，收到了意外的惊喜，黑色和白色兰花组成136的装饰花束点亮了前门廊，真是太迷人了。 迪奥细心地体察出博萨克对兰花的喜爱，因为他在尚蒂伊的温室里种植了许多兰花。 博萨克快步走进妻子的房间。 “不要担心明天的服装展示会，”他叫道，“我从未见过世上哪一个花店能够制作出这么精美的花束。 我敢保证明天的服装展示会将会取得巨大的成功！”与此同时，在蒙田大道后街，那些穿着精致的女士仍然期望能有一双坡跟鞋以保暖。 她们的抱怨声逐渐增大了音量。

第12节：幸福时光(2)

身着灰色大衣的门卫费南多出现了，人们才不再往前挤。 为了打发等待的时间，人们开始闲谈。 “你们知道吗，这场沙龙都是博萨克出资举办的。 ”“是的，据说他投入了6000万。 ”“我听说他投入的资金不止这个数目。 有人说迪奥获得了10亿！博萨克一定手足无措了……当然，我猜测，对他来说也许只是很少的钱。 ”同时有许多争议：300万工人罢工，其中巴黎有25万名工人罢工。 垃圾工人也参与其中，因此军队为了维持社会治安也被迫介入这场规模盛大的沙龙。 “这都是因为共产主义，毫无疑问，”一些同样排队等候的人说道，“看看他们给我们带来了什么。 如果传言成真，那么我们该怎样抵抗戴高乐？你们觉得他们会让我们在这里等多久？ ”“我刚从伦敦回来，告诉你们，伦敦的情况比巴黎更加糟糕。 伦敦已经进入了冰冻时期！而且他们与印度的友好共存关系已经不复存在，这一点不能忘记啊。 ”突然，人群向前涌动，同时抛弃了政治话题。 人们涌进入口的时候目不转睛地盯着别人的脚步，被强大的人流挤进沙龙。 这就像是，我们赶快进去吧……最后他们都进入了沙龙，他们穿过门栅涌进里面会所的时候忘记了长久的等待，因为门廊的布置已经令人窒息了，还有那美丽的花朵……仿佛置身于天堂！更别提一群浑身散发着迷人香味的可爱的年轻女性从小房间里走出来，全都穿着印花棉布制成的衣服，向前来观看的人们展现全新的迪奥淑女装芳香品牌。 人们欣赏到如此美轮美奂的视觉盛宴毫无疑问地增强了迪奥的137自信心。 但是他突然觉得浑身发冷，他的手指触碰到放在他口袋里的一块木片。 地毯最终铺展开，同时工人的嘈杂声消失了。 德拉哈耶夫人（Delahaye）走了出来，她是他的伯乐，轻柔地说道：“第一位客人入场的时候将会敲动最后的鼓槌。 ”围绕在他身边的人群变得更加嘈杂，然后他感到异常的放松，因为他把自己交给了命运之神。 苏珊娜·卢林（SuzanneLuling）记叙了当时的场景。 “如果你从未亲身经历过一场

全新的时装发布展示会，你很难想象当时的场面，”她写道，“它是一次重要的时装发布，一次茶话会，一场惊险的斗牛比赛，最高法院的一场审判。 在嘈杂的人群中，你试图寻找你的座位，一只眼睛扫视着上面写着你的名字的小小的装饰着缎带的卡片。 同时你还得跟别人打招呼，热情地向在左面、右面、中间的某人或者其他正在穿过门廊的熟人挥手致意，并且快速地从座位上起身拿一份节目单。 每个人似乎都是跳跃着走路，还有一些轻柔地推搡，寻找座位……然而在混乱的人海中，总能听到一些人抱怨被安排的座位不佳，还有人坐在楼梯上（因为太多人拥塞在沙龙的入口处）拉扯她的长袜。 沙龙里弥漫着香味，兴高采烈的人们在闲谈……可是，这场沙龙实际上是意义非凡的交易。 绝对是意义非凡的交易！除了独自前来的被推挤着走上台阶的朋友之外，这些人在过去的一周内已经至少观看了6场类似的服装展示会。 他们是最终的仲裁者，沉着冷静地作出评判，他们手中握着铅笔，随时准备对服装秀的整个展示过程提出批评意见或者给大喜过望的斗牛士喝彩。 就像斗牛场中的旁观者一样，他们的脸因炎热而泛红，他们的腿几乎麻木了，而且他们使用行话讨论他们面前的表演。 他们可以做记录，但是不能画素描也不能拍照。 在沙龙里携带照相机要承担很大的风险，沙龙里禁止使用照相机，就像炼油厂禁止焰火一样，因为一场时装秀就像揭开时装界的潮流面纱一样，如果这种潮流走俏了，那么这次展示会的价值至少为数千万，甚至价值上亿。 任何违背保密宣言的人都将遭受法律的严惩。

第13节：幸福时光(3)

”138顷刻之间，就像遵循一些不言而喻的编码一样，沙龙现场突然安静下来。 人们关注着从门道延伸出的伸展台，第一个模特就要出场了，主持人走了出来，她手里拿着一张纸。 已经过了10点。 迪奥躲开人们的视线，藏在幕布之后。 “第一号!”玛丽-特蕾莎穿着展示的第一套女士礼服走向伸展台，但是她被吓得发抖，她回转身体的时候出现了失误而且含着眼泪走到了后场，从此之后没能再出场展示。 然而这无关紧要。 所有观众都只被她穿着的带褶皱的裙子吸引，裙褶随着转身的弧度完美展开，观众们目瞪口呆。 随着同样的节拍，第二套女士礼服出现在伸展台上，接下来是一套又一套礼服。 裙角轻飏，二十码长布料加工而成的裙装，帽檐向上翻翘的礼帽和手套，这种天资和眼光真是令人赞叹。 这是真正女性的化身——她漠然的神情中流露出不加掩饰的性感和令人着迷的高雅，无视自己给别人带来的冲击和震动，展示出自己的本性。 经过漫长等待，巴黎终于重生！这是一场热烈非凡的鸡尾酒会，一场摄人心魄的视觉盛宴。 犹如层层绽放的花瓣，90套列队展出的礼服，塑造了全新的女性形象，强调了女性天然的身材之美。 观众们睁大了双眼，简直无法相信自己看到的一切。 喝彩声此起彼伏，掌声如潮水，大家热情高涨。 宾客穿着的宽松直裁的外套，此时立即相形见绌，大家在喝彩的同时，下意识地猛扯自己身上的笔直短裙。 这时站在幕后的克里丝汀·迪奥也不由自主地将手举过头顶，鼓起掌来。 “太好了”的喝彩声不绝于耳。 卡美尔·斯诺（CarmelSnow）和贝蒂娜·巴拉德（BettinaBallard），时装发布会的老前辈，都被精美的服装展示深深吸引了。 这场服装秀远远超出了她们的想象。 “我们欣赏了一出优雅的戏剧表演，我们在时装设计界从未见过如此充满魅力的表演，”贝蒂娜·巴拉德写道，“我们亲眼见证了时装设计的变革，以及时装展示模式的变革。 ”在纽约的《哈泼139芭莎》总部，相比昨天卡美尔·斯诺带给他们激动人心的消息，这次更加

震惊了，“大多数版面……留给克里斯汀·迪奥”。 斯诺第一个向迪奥表达她的溢美之辞：“这真是一场革命，亲爱的克里斯汀。 你设计的裙装给人全新的视觉享受。 它们实在是太精彩了。 ”在她的赞美传递到世界另一边之前，在街道外面等候的信差送来一封祝贺短信，这封短信来自英国路透社的记者。 服装秀成功的消息也在同一天传到美国。 法国报界已经罢工一个月了，因此美国和国外其他报社报道了这一盛事。 那时候，连贝蒂娜·巴拉德都动情地说：“魔法……是每个人现在想从巴黎得到的。 他的成功堪比时装设计界的拿破仑、亚历山大和恺撒。 巴黎时尚界一直等待着引领潮流并且等待着体验震撼的感觉，然后获得全新的发展方向。 1947年，任何人都比不上克里斯汀·迪奥以完全的胜利姿态征服了所有人。 ”卡美·斯诺表示这场服装秀触动了她的爱国之心（她拥有一个非常正面的昵称，即“法国卫士”）。 “迪奥拯救了巴黎，就像马恩河战役拯救了巴黎一样。 ”那些从前不相信她的美国购买者，以及在观看服装秀之前已经前往法国勒阿弗尔市的人们，几乎在到达纽约港口看到自由女神像之前就掉转航向开往法国。 克里斯汀·迪奥从后台步入沙龙的主要表演台，他被观众的欢呼声淹没，他的脸由于印上了上百个唇印而迅速变红了。 “这是我一生中最享受的快乐时刻，”他写道，“任何词语都不能表达我当时的感受。 ”那一天，在蒙田大道上的人们宣泄了压抑数月的激情。 一群情绪激昂的妇女疯狂地涌入这栋位于中城的房子，求助迪奥马上令她们焕然一新。

第14节：幸福时光(4)

可怜的销售人员茫然不知该从哪里开始帮助她们。 很多挑剔的老客户突然全都想要试穿相同的尺寸——即“酒吧”套装，这是精选服装的代表作。 它是奶油色山东绸做成的夹克，腰部配有波浪形装饰褶襞紧紧包裹住身体，与侯爵夫人的礼服非常相似，搭配有深褶皱的黑140色羊毛短裙，走路的时候短裙的褶皱向外展开，很有贵族的气质。 这套搭配最后的装饰物就是一顶有点戏谑色彩的黑色碉堡形状的帽子。 奥利维娅·德哈维兰（OliviadeHavilland）带来了“万能搭配”的套装，深蓝色的羊毛绉纱，在胸前和臀部设计了口袋的无领夹克，搭配一件质地薄软的裙子——这就是“8字形”服装搭配的精华。 数不清的订单要求订购黑色羊毛制作的“卡罗尔”宴会礼服，这种礼服的紧身胸衣使用5个大大的按扣与前胸紧密贴合，搭配了非常自然并且设计精巧的带褶皱的裙装。 蓝色带褶皱的平纹皱丝织品版式出现在“雪莉”服装系列并且被许多晚礼服多次采用。 “非洲”长礼服系列采用豹纹平纹细布制作令每个人赞叹不已。 丽塔·海华斯（RitaHayworth）订购了“夜晚”晚礼服，这种晚礼服有两层深蓝色带褶皱的平纹皱丝织品设计，并且贴合她最新的一部电影《吉尔达》的主题风格。 费·雯丽（VivienLeigh）和劳伦斯·奥利弗（LaurenceOlivier）陪同克里斯汀·布拉德（ChristianBerard）一起观看服装秀。 “那里的每个人都有芝加哥口音。 ”她在离开的时候还谈论着《飘》中的女主人公“郝思嘉”。 不仅仅是芝加哥人。 还有来自伦敦、罗马、布宜诺斯艾利斯以及蒙得维的亚的时装爱好者。 在几周之内，伦敦－巴黎航线上的女性乘客明显多于男性乘客。 南希·米佛（NancyMitford）是这些女性乘客的其中之一，她的姐妹们紧随其后。 但她发现自己带的钱不够买衣服时，英国大使馆高雅的缪斯毫不犹豫地卖掉自己冬天的皮衣，然后购买一套迪奥女装。 穿上新买的女装，她感觉自己就是现代版的安娜·卡列尼娜，精美的材料和设计风格，非常值得她脱下温暖的麝鹿皮。 迪奥对于上

层社会的影响更是前所未有。“我已经是赛马俱乐部40年的老成员了，”拉斯泰洛伯爵说道，他惯于从轻松的乐事里获得洒脱的心情，“从未在谈话中提到设计师：现在我们谈论的话题都是迪奥！”更加不可思议的是，迪奥的设计风格符合大众市场的想象。 他的目141标从来都不为吸引普通大众的注意力。 但是几周之内，许多法国女性几乎包揽了所有服装。 他第一次对这种贪婪的购买方式感到吃惊，巴黎和其他省份持有保守思想的普通群众都接受他的设计。 那时没有时尚用品商店；成衣制造商总是生产最常见的衣物，很少跟随时尚潮流，因此高级女式时装只能小范围流行。 出乎意料，各行各业的女性都穿上了迪奥设计的引人注目的“花冠”裙装，细窄的腰部设计，以及低切的紧身胸衣，尽管有一些变化和改动。 不管社会地位高低，她们都在梦想扮演放荡女郎或者优雅的女士。 街道上女性的顷刻改变都是战争造成的。 女性已经习惯自己做事，尽管报界罢工以及零售店供应不足，大多数女性知道怎样“凑合着用”，并且创造了她们自己的时尚。 真正的魔杖属于名为“歌手”的机器，它能够改变衣服的结构并且重新缝纫衣服，只要有布料进行裁剪。 这并不是件容易的事。 苏珊·特莱（SusanTrain），不久成为《时尚》杂志里贝蒂娜·巴拉德的助手和接班人，当时她在巴黎只不过是一个年轻的学徒。 “我发觉自己冥思苦想地尝试设计一套灰色法兰绒长裙，但我不会缝纫！”赫伯·朵尔茜面临着类似的问题：她既是《国际先驱论坛报》未来的时尚编辑又是索邦神学院的一名学生，她跟朋友一起参加了时装秀。

第15节：幸福时光(5)

她“情不自禁地”走了出来。“那感觉就像是第一次走进歌剧院。迪奥确实为法国赢得了这场战争。在巴黎只要你告诉出租车司机要去‘迪奥’，没有一个司机不知道该把你带到哪里。他已经像‘马赛进行曲’一样成为了一个家喻户晓的名字！”除了名字之外，“新风貌”还有许多法国特色。它无处不在，甚至在拉丁区放荡不羁的文化人身上也会出现。人们喜爱的歌手朱丽特·格蕾科（JulietteGreco）与她同时代扮演非英雄角色的明星一起参加圣杰曼德佩区俱乐部的晚宴并且哑着嗓子进行表演。格蕾科毫无疑虑地离开左岸到蒙田大道购物（当时一条裙装价值大约12万法郎，价格不菲），而142且迪奥非常欣赏她的演技并且感激她的惠顾。“她的旷世天分使得她独特的欣赏风格正好与我的设计相匹配。这种全新的风尚的确应该属于年轻一代并且成为未来的发展风向。”但是年轻人为什么对迪奥抱有这样的热情？纽约的人们怎样看呢，有一些不同意见吗？不仅仅针对衣服——毕竟，在一个因工人罢工造成城市瘫痪，因政府危机而受震动，而且似乎永无翻身之日的城市里炫耀财富需要很大的勇气。这次全新的时装秀成为了推动全球渴望变革的催化剂，使得人们忘记食不果腹的饥饿感、破旧的住宅以及单调乏味的普遍情绪。这是4000万法国人民期盼已久的变革，他们迫切希望走向正常、快乐、健康和浪漫的生活。那是一个只用简单得令人发狂的手势就能转变一切的时代。巴黎解放的第二天，戴高乐将军把胜利的队列从埃托瓦勒广场引领到巴黎圣母院——在强烈进取心的驱使下，向法国人民重新灌输爱国热情。迪奥无意间触动了类似的火光。巴黎市民受到了“新风貌”极大的鼓舞，他们热情高涨地盼望扬眉吐气的一天，摆脱了麻木冷漠和百无聊赖。这并非投机倒把之人、牟取暴利之人和黑市商人的粗俗国度，也不是对那些衣裙上镶满人造钻石的暴发户冷嘲热讽的年代。后来成为法国的文化大臣的作家弗朗索瓦丝·纪荷（FranfoiseGiroud）曾经写道：“每一种时尚都死

于觉醒而生于欲望，时尚只是一个社会闪闪发光的表面现象。 ”但是从未有过一场时装秀能够像“新风貌”这样宣泄人们心底的激情，事实上，上升到了狂暴的冲突。 电视新闻短片展现了女性在巴黎街头互相撕扯对方衣服的令人惊异的画面。 在勒比克街发生了一件骇人听闻的事情，一群身着破旧衣服的贫民妇女看到一群女士穿着全新的迪奥裙装时，感到非常愤怒。 她们拦住了优雅女士们并且撕扯她们的紧身胸衣，直到那些新衣服被扯成了碎布条，而且淑女们已经半裸着站在大街上，贫民妇女才罢休。 这就是长裙和花里胡哨与短143裙和类男士夹克之间的摩擦；精致的脚踝和不落窠臼的碉堡形礼帽与有棱角的脚踝和花椰菜形帽子之间的摩擦；蒙田大道与跳蚤市场的摩擦。 迪奥选择用花作装饰的基本图案，但是他命名为花冠的服装系列立即在纽约街道成为潮流服饰，这是他没有预料到的结果。 他只是单纯地任由自己发挥灵感，尝试使一种被遗忘的美丽服饰再度流行起来。 如果时尚是为了创造一个充满幻想的世界，那么当现实令人忧愁、未来不可预测的时候，时尚应该走向哪里，只是走向复古吗？他的设计里没有预先做好的计划。 但是为了宣泄革新的激情，他必须最大程度地表达他的构思意图。 他的天分，他心中的服装设计师，引领他走向复古之路，因为只有这条路能够产生深刻的影响，能够符合潮流趋势的暗示并且带领潮流走向另一个理想时代。 “通常每个系列都是时尚发展的一个步骤，而迪奥的天分跳过了3个台阶向前延伸。 他觉得他必须做到完美极致。

第16节：幸福时光(6)

”正如苏珊·特莱叙述的一样。 结果，引用《时尚》杂志艺术总监亚历山大·利伯曼（AlexanderLiberman）所说：“他达到了创造某种以女子特征为主要构思的目标。 ”在人们普遍感觉被剥夺的氛围下，还剩下什么可以点燃女性的梦想？迪奥的魔法设计满足了女人的愿望，给予女人表达愿望的方式，并且告诉女人继续怀有梦想是天经地义的事。 他获得了势如破竹的成功，在缺乏影像的城市，新风貌提供了慷慨的视觉盛宴。 通过重新组合想象的元素，克里斯汀·迪奥为自己打造了独特的地位，任何设计师都无法超越。 经历过黑暗时代的一代都铭记黑暗时代终结的那一天。 对于在战争中成长的那一代人来说，新风貌是重新发现快乐的源泉，因此他们非常珍惜。 这种感情对于迪奥来说已经足够：“我坚持发掘世界的快乐，”他写道，“我深信都德（AlphonseDaudet）曾经说自己非常享受成为一个‘快乐的商人’。 在我的工作领域，我也追求那样的梦想。 我设计的第一组裙装系列称为‘爱’、‘款款柔情’、‘花冠’以及‘快乐’。 女士们应该敏144锐地理解，我梦想为她们设计的服装不仅能展现更加美丽而且能表现出更加快乐。 而且她们经常惠顾就是对我的奖赏。 ”他分析自己获得的成功时说：“当我分析这个我应该为之负责的社会趋势的时候，我意识到，首要的是，社会趋势正在回归取悦于人的艺术……作为一种全新时尚的预示，仅仅是真诚，自然的时尚表达，这正是我想看到的时尚趋势。 我的设计爱好正要与时代气息相吻合，因而成为了时尚风向标。 ……这就像欧洲人已经厌倦了扔炸弹，现在想要点燃一些烟火一样……迪奥之家的诞生获益于乐观主义的潮流以及市民快乐理想主义的回归。 ”因此，一个人等待了20年后终于找到真正属于他的职业，就像时机成熟了一样。 许多女性成群结队地走进他在蒙田大道的设计室，女人们觉得她们穿上迪奥设计的衣服之后立刻焕然一新，还有一群赞助人慷慨地提供资助对于设计室的经营和发展起到了特殊的重要影响。 还有

一些专业的购买者，她们是卡美尔·斯诺从纽约召集来的。 她们在《哈泼芭莎》上看到了公告，“刚出道的女式服装设计师迪奥将设计出不同凡响的服装”。 并不是每个人都回复了她的邀约。 只有18位购买者出席了首场服装发布会，随后更多人遗憾没有出席那场发布会。 在返回纽约的途中获知了这个消息，那些没有出席发布会的太太们透过拂晓的天空看到自由女神雕像的轮廓，面露愠色地服用了一些控制反胃的药物。 在船上颠簸了六天之后，结果一无所获，现在她们不得不掉转航向原路返回。 “自从那天以后，”来自《哈泼芭莎》的竞争对手《时尚》杂志的苏珊·特莱回忆道，“‘不服从’我们的邀约不再被视为一种明智的决定。 ‘新风貌’吸引了大量的购买者。 ”正如玛格宁的采购经理诺曼·邱斯勒所说：“我永远不会忘记这次重大变革的经历。 ”来自柏朵古德曼的安德鲁·古德曼仍然记得：“那真是造成了轰动的影响，因为世界更加关注所有具有发展潜力的时尚创新。 ”因此所有“知名的购物场所”——145如本德尔公司、马歇尔广场商店、布鲁明黛尔百货公司等——立即采取行动与蒙田大道3 0 号建立合作关系。 作家柯莱特，对于城市市民的闲谈非常敏感，他这样描述道：“它带来了一个时髦而昂贵的臀部，美国被征服了。 ”美国人和英国人以及紧随其后的意大利人争相盛赞迪奥“从一开始就是卓越的代表者，在意大利和法国之间创造了时尚神话并使两个国家密切联系起来。 这是前所未有的”。 热爱意大利的人对于威尼斯都非常熟悉，迪奥熟知位于圣马可广场橱窗中来自法兰西的洋娃娃的所有传统。

第17节：幸福时光(7)

从玛丽王后时代开始，这里漂亮洋娃娃的服装每14天更换一次，以向威尼斯人展示巴黎最新的服装样式。“然后比利时人、瑞士人以及斯堪的纳维亚人也来到巴黎……不久之后，来自南美洲以及澳大利亚的购买者络绎不绝。又过了一段时间，德国人和日本人也慕名来到巴黎。”为了避免沙龙里的人们过于拥挤，蒙田大道每天24小时开放，店员们在白天惠顾的客户回家之后还要在深夜迎接购买者。在购买者从容不迫地欣赏服装设计以及考虑她们的订单的时候，销售人员始终陪伴左右。迪奥总是小心翼翼地离开他称为“大屠杀”的地方，因为他设计的服装在那里逐个传递，分步拆开，彻底检查，最后交给“圣殿商人”。这种步骤是必不可少的，而且也是最常被“刺探”他的商业间谍侵入的流通环节。晚上7点，商店向购买者和工作到清晨2点或者3点的销售人员提供三明治和香槟酒自助餐。原有的工作室再也不能满足消费者膨胀的需求。经过马塞尔·博萨克（MarcelBoussac）的许可，另外两个工作室也开放了，而且在原先是陈旧的马厩的地方盖起了7层高的建筑，“这或许是热衷于骑马的人第一次许可这样亵渎的行为。”迪奥写道。在克里斯汀·迪奥着手创造第二个服装系列之前，他理应好好休息。为了享受田园般的生活，他打算驱车前往卢瓦尔河畔的图尔斯城，146在一个小山村停留享受美食。苏珊娜（SuzanneLuling）将西姆卡汽车借给他，开车的是迪奥在1946年前往戛纳的旅途中遇到的一个年轻男子，他的名字叫皮埃尔·佩罗蒂诺。这个男子刚从德国的劳改所出来并且在寻觅生活的起点，这时迪奥以朋友的方式照顾他而且建议他一起回巴黎。他了解到皮埃尔会开车，这是迪奥始终不愿学习的技巧。几个月之后，他需要一个司机，于是他想录用佩罗蒂诺。佩罗蒂诺也是他的“亲密朋友”。迪奥欣赏他强健、结实的体格，率真的性格以及未经修饰的说话方式，他谦卑的出身所具有的特质。在迪奥的语言词汇里，他经常使用“普通”一词，在接触

被他吸引的人群时注意保护自己。 迪奥在与雅克·霍姆贝格（JacquesHomberg）的关系上总是很谨慎，霍姆贝格一直是他的伙伴。 但是在那段时间，霍姆贝格在英国生活了两年。 相对于霍姆贝格高雅和超然的生活态度，这位服装设计师更倾向于无忧无虑的纯真生活。 佩罗蒂诺恰与他相仿。 他知道他的住所，两人在那个村庄平安无事地过着田园般的生活。 迪奥的思想在离开蒙田大道之后发生了怎样的变化？他不愿把生意置之度外，于是他致电雅克·鲁埃想要获知一些新闻。 他曾经无忧无虑、乐观舒畅的天性已经成为往事。 他想起在两个月前，他的朋友克里斯汀·布拉德对他说的话。 现在看来似乎是遥远的事情。 “享受这片刻的快乐，”布拉德曾告诉他，“你的职业生涯中将不会再享受到这一刻的快乐，将来你也不会有时间享受这么多的快乐。 明天将要忍受新的痛苦，如果可能的话，你要超越自己。 ”布拉德与他的这次谈话是在第一次时装发布会的晚宴上。 他最亲密的朋友都出席了晚宴。 他的“兄长”布拉德，在他完成了蒙田大道服装设计之后送给他一幅蜡笔画并且致祝酒辞。 迪奥从未如此快乐，围绕在他周围的都是他亲密的朋友并且与他们一起分享胜利的喜悦。 这次庆祝会是特意为他举办的，因为他“做到了”。 “我发觉窃窃私语的钦佩之词中透露着147胜利的欢喜，还有对裙装的喝彩声，我是如此享受而且不会厌倦。 ”但是接下来的几个月里，布拉德的预言成真了，就在他42岁如迪奥一般阔步走向事业高峰的时候。

第18节：幸福时光(8)

迪奥熟悉帮助他成就事业的布拉德，他从未错过一场舞会、聚会或者比赛，而且他从不拒绝工作或者佣金，作为一个画家，他的才能尚未充分展现。 仅仅一年之后，在尝试了各种戒除可卡因的方法而无效后，布拉德死于持续不断累积的名声中，那是在排演莫里哀的作品《司卡班的诡计》期间。 现在，当迪奥看着镜子中的自己，他似乎看到了好友的影像，他的好友曾经告诫他不要陷入相同的困境。 亲密的朋友以及熟知他的人们，都知道他善于拒绝别人。 “他拒绝自己的职业生活受到影响，就像他在私人生活中保护自己一样。 ”苏珊娜对此持有坚定的看法，“我了解他的内心，他是我儿时的伙伴，而且我知道他不会停止展示个性的脚步。 是的，克里斯汀不会改变自己。 名声并不会对他造成影响；他并不痴迷于名声。 他所喜爱的，他想要获得事业成功的最珍贵的皇冠，就是他现在能够无拘无束地追求他自己的时尚品位。 在那种年代，他从来没想过妥协。 他对于正义的敏感和执著使得他坚持走正确的道路，但是这种人是非常少见的，坚持自己的品位，你不需要通过适应其他人的喜好以调整自己的风格，因为对别人妥协并不能使你的工作完成得更加出色……他只是一个品位出色的男人。 为什么这应该影响他的生活方式和思考方式？ 任何成功都不会使他得意忘形。 ”克里斯汀·迪奥并不推测哪些服装具有吸引力或者哪些服装没有吸引力。 他只跟随自己的直觉。 一旦他投入工作，他只想到他应该创新，尽情地发挥他的创作灵感。 1947年至1948年发布的秋冬款服装系列并没有获得巨大的成功，受到欢迎的程度远不如6个月前经过变革的时装潮流，这些服装只能返回生产线再次加工，回到了他们把传统女性作为美丽“客体”的原题。 “这是一次狂热的时装发布会！ 这些套裙更长，更加宽大！ 我认为著名的新风貌女性服装系列将会走向极致……使用不148可思议的纺织面料并且褶边刚好下垂到脚踝。 ”他再一次引领了时尚的风潮，更加巩固了新风貌女性服装系列的主导

地位，而且比以往更加坚实地确立了迪奥的服饰品位。 这是非常好的策略。 但是迪奥坚持己见并且施展才华的魄力无法阻挡，而且又一次地，成为时装界的风向标。 1947年 8 月 6 日，服装发布会的当天，蒙田大道上的设计室里人满为患。 这次来自美国的购买者不会再错过了，同样具有专业洞察力的购买者纷纷购买新发布的标有迪奥签名的服装。 美国加利福尼亚人尤其重视迪奥的市场吸引力，他们花费了大量时间思考开拓服装市场。 他们利用了四五天时间穿过美国，到达美国纽约后乘坐一艘开往法国勒阿弗尔市的轮船，最后前往巴黎。 其中一位参与了这次旅程的年轻的美国人叫做哈里森·艾略特（HarrissonElliot），迪奥已经雇用他与苏珊娜一同处理与公众和报刊界的关系。 这是另一场巨大的成功，“激动人心的和极致的优雅”，这是吕西安·诺埃尔的话，他是《纽约先驱论坛报》的记者。 现在没有任何疑虑了。 第一场时装发布会也许是侥幸成功，但是这场时装发布会证明了新风貌女性服装系列在时装界的绝对主导地位。 主要的服装系列命名为“透视画”，是一套黑色羊毛裙装，裙子的圆周的长度大概有17码。 因此这套服装堪称完美而且成为时尚符号，尽管时尚淘汰了许多风潮，但是这种服装设计风格至今仍然周期性地复苏。 这是永久性地回归到永久的女性特质：腰部、脚踝、胸部、姿势、外貌……简而言之，体现了永恒不变的愿望。 迪奥坦率地表达他将时尚引领到基本元素的意图。 “过于丰富的时尚元素对于我们重新发现作为贫困对立面的淑女架子来说，还是太过新奇了。

第19节：幸福时光(9)

”他说。 这只是对于加布里埃·香奈儿（GabrielleChanel）服装系列间接的钻研，她设计的带有男子特性的套装，使用高雅的黑色（颇受迪奥的推崇）。 可可小姐并不非常享受她的事业获得成功的喜悦。 在149她的职业生涯中，在受到德国上校的追捧之后，她结束了总店的生意并且搬到里兹大饭店，这个饭店悬挂着纳粹党的旗帜。 当清除异己的活动开始以后，她被逮捕了。 但是在熟人的帮助下，她被剃掉头发之后成功逃脱。 她选择在瑞士过着背井离乡的日子，但是她苦乐参半的生活并不平静。 她发表了不留情面地香奈儿式的评论，比如：“迪奥？他根本不会装扮女人，他只是将衣服随便搭配在她们身上！”在迪奥公然反对的这种时尚中，香奈儿并不是唯一的引领者。 1910年到20世纪20年代，波烈提倡战前的时尚潮流呈现线性延续——香奈儿服饰追求独特的精明干练风格——致力于把女性从男性化服装的窠臼种解放出来并且不再把女性当做服装的客体。 在吸取了20世纪的现代主义风格之后，服装的设计趋向于简洁的线条、功能性服装以及优雅的时尚。 为了改变风格，设计师提出了很多构思，比如皮凯、勒隆、朗万、格里斯夫人、莫利诺埃以及查尔斯·詹姆斯（CharlesJames）给包豪斯建筑学派的建筑师制作出极其简洁的流行样式，而且他们力求纯正的审美观点，体现出了少即是多的格言。 迪奥彻底违背了当时的设计风格，并且拒绝成为所谓的“超现实主义的附加品”，巨大的龙虾被夏帕瑞丽（Schiaparelli）变成了晚礼服的装饰品或者剪裁而成的帽子。 说来有趣，这位男性服装设计师在战前的服装店里有礼貌地拒绝了两位身份显贵的夫人。 时尚也许“始终是对的”，但是对于迪奥来说，时尚不再是“延长优雅的边界直到近乎怪异”。 这位善良的牧羊人已经将迷失在时尚里的羊儿成群结队地引向更加熟悉的牧场：“服装设计师想要再现服装的功能——即增加女性的魅力。”这样的美学价值一直是迪奥创新服装的灵感，回到他艺术生涯中的学徒阶段，他进行

了许多不成功的尝试并且把自己对于艺术的体验与他的同伴艺术家和朋友们分享。 他们喜欢朋友们的六人团的抒情小曲，150多过新的12音体系作曲法；喜欢自然地表达人类情感的画作，多过立体派的解构主义手法。 香奈儿系列带有男子气的服装式样在当时也许被视为高雅的设计方式，而且用夏帕瑞丽的女性表演作为橱窗布置充满着吸引力。 但是，当科克托发表了他的格言，即凡事适可而止，出现以下现象就不奇怪了。 在经过了5年的萧条期之后，女性的胸部抬高了，戴着洋洋得意的小帽，并且穿着克里斯汀·迪奥设计的走起路来沙沙作响的连衣裙，女性们乐于接受这样的赞美之词。 尽管如此，非常奇怪的是，这并没有阻止全世界的人们对迪奥本身的失望——圆圆的脸庞，梨子形状的身体，以及过早地秃顶。 他甚至不如街上的普通路人，他与衣着光鲜靓丽的法国服装设计师的模板相去甚远。 塞西尔·比顿（CecilBeaton）认为他有点像“乡村医生”，类似教区教士，在告解室里等待被宽恕的匿名告解者。 这位设计师也把自己看成驱鬼者。 作为一个经历过挫败耻辱的法国男子，迪奥与同辈人一样能够潜意识地了解祖国的国情。 法国受到了被占领的精神创伤，很不情愿分析自己的行为，在面对重要场合的时候，经常怀念往日的时光，回想不久之前的光辉岁月。 花样女装以及迪奥设计的陡然下滑的领口，男人与艺术家，是迪奥抹去《格尔尼卡》怪兽的手段。 如此令人惊奇，脆弱、纤细而精致的女人，犹如圣迹一般被珍藏供奉在丝绸、刺绣和薄纱的云雾中。 她散发出来自天堂的安逸感，面对焦虑的明天，安慰着担忧时光流逝的人们。 新的危机也许就潜伏在不远处，停战的墨水几乎还未干，第三次世界大战似乎一触即发。 苏联仿照了美国的做法并且引爆了第一颗原子弹，而且不久之后这两大集团开始冷战，双方都沉醉在狂热的军备竞赛中。 诗人威·休·奥登（WH.Auden）描述当时的情况为“焦虑的时代”。 在东方世界，极权统治将数百万人民流放到西伯利亚的岩盐产地，以建立新秩序的名义剥夺了他们的自由。 乔治·奥威尔（GeorgeOrwell）的作品《1984年》中描绘了一幅151凄凉的图画，资

产阶级世界遗留下来的遗产已不存在，人们在没有关爱的社会中忧虑重重。 从西方则传来了完全的物质享受：洗衣机、尼龙长袜以及大量生产的汽车。 这是电视时代的?明，美国已经进入了电气时代，欧洲也即将步入电气化。 在1950年，法国鼓吹拥有几乎3794台电视机。 但是到第一次电视直播——播放伊丽莎白二世的加冕礼的时候，电视的数量猛增到6万台。 在10年里，电视已经进入了超过150万个家庭。 克里斯汀·迪奥很明白世界发生了怎样的变化：“在那样黑暗的时代，当国家只关注大炮和四缸发动机的飞行器时，我们必须维护仅存的奢侈品，直到最后。 我明显地感到这种现实与世界的发展趋势背道而驰。 但是我们应该看到世界的本质。 ”他还说道，“面对未经开垦的、不友善的世界，欧洲逐渐发现了自身的特质，发掘了它自己的传统和文化。 ”欧洲也许永远失去了它在世界棋盘上的中心地位，但是它的后继者——美国，目前正在帮助重建世界并且发挥了重要的作用。 保守的政治气候证实了向传统的回归。 美国前进的步伐加快，对于自身的物质价值和制造快乐的能力非常自信。 绅士们又回到了家中，看到了他们亲密的爱人，步入新婚夫妇般的家庭生活。 新风貌服装系列迎合了时代气息，将色彩和魅力带到山姆大叔的土地，在那里什么都是土黄色的卡其布，什么都会中头彩！美国和巴黎的关系似乎正处于短暂的蜜月期。 渴望的氛围和遗憾无疑加快了“新风貌”服装系列的传播速度，适时地美国化地仿效了郝思嘉的做法。 现在是回归过去的时候了。

第20节：美国爱情(1)

横渡大西洋，并非是迪奥的初衷，因为他通常不愿远离家园。所以 当内曼·马库斯（Neiman Marcus）的总经理邀请他到得克萨斯州的达 拉斯接受颁发给他的"时装奥斯卡"奖时，恋家的迪奥心里充满了不情 愿。至少可以说，当他的脑海中一浮现将要进行的旅行，他就不舒服。 但是天生的商业触觉，使他非常清楚地意识到斯坦利·马库斯（Stanley Marcus）这一做法的意义。作为一名女装设计师，他也很想更好地了解 一下美国女性，而且他荣幸地得知，这是"时装奥斯卡奖"（"二战"期 间才设立的）首次颁给一位法国人，仅仅基于他的第一次服装秀就做出 了这样的决定。在强烈的爱国主义意识的激发下，加之他想起了法国时 装业由于大战差一点就要永远垮落下去的严酷形势，他觉得自己肩负着 一项神圣的使命。他不仅担负着战后唤醒法国时尚的任务，现在更能凭 借这个机会将巴黎重新带回时尚世界的巅峰。除了上面这些理由以外， 美国爱情 我们的文化是一种奢侈品，我们为了它的生存而奋斗。 --克里斯汀·迪奥（Christian Dior） 去人人谈论的新大陆探险，这个想法也点燃了迪奥的激情。 于是1947年9月，迪奥乘坐伊丽莎白女王号游轮出发了。迪奥十分高 兴地选择了一艘英国游轮。"不像其他巨型游轮那么俗气华丽，这艘英 国船上的一切都非常的英国。除了法国以外，再没有其他国家能像英 国这样博得我的喜爱。我喜欢英国的习俗、传统、它的彬彬有礼、它的 建筑；你可能会惊奇，我还非常喜欢它的美食。我非常喜欢约克郡布丁 和肉馅饼，早上一杯英式早茶、麦片粥、鸡蛋加培根，简直太美妙了！" 除了沉湎于英式乐趣中之外，迪奥还在同船旅客中找到了兴趣相投的 伙伴，一同度过了愉快的旅程。艾娃·谢尔盖，在康迪·纳仕去世后接任 《时尚》杂志的主编、美术总监亚历山大·利伯曼和他的妻子、编辑贝 蒂娜·巴拉德--换句话说，就是整个《时尚》团队！ 晒日光浴、打桥 牌、关于纽约的闲谈，这些让迪奥对去美国的犹豫和恐惧得到了缓解。 这次

旅行，他独自一人，并没有带任何同事在身边，在到达自由女神怀 抱之前的5天航程里，迪奥的身心得到了享受和放松。 迪奥第一次看到美国的摩天大楼时，充满了孩子般的好奇。对他来 说，"那上千栋直耸云霄的摩天大厦，带着活力迸发和自信的气息"，代 表了这片巨大大陆的能量，所有事物都比他处更大、更好。迪奥贪婪地 浏览着一切，急切地记下这难忘的第一印象，生怕漏掉点什么。"我被热 情引领着，差点都忘记了祖国所在的那片古老大陆。埃菲尔铁塔，它那 珠链般的美丽线条对我来说已经非常遥远。我沉迷于这里的一切。" 这一切甚至发生在迪奥还没有靠岸的时候。在过海关的时候，负责 检查证件的警官抬头看了一眼迪奥，"嗯，你是一位设计师？您怎么看 待裙子的长度？" 迪奥目瞪口呆。他本以为他的到来并不会有什么人注意。现在意识 到自己在美国的名声比想象中要大，迪奥决定在接下来的日子里做出高 级女装设计师的标准模样来。毕竟，演戏是他保护自己的方法。他把自 183 己的美国探险形容为乡下来的兄弟迷失在大都市，到处寻找丢失了的行 李箱，捂着口袋生怕身份证件丢失，在迷宫一般的回廊里乱撞，直到广 播寻人中大喊他的名字。这段描述，充满了迪奥式的幽默感。当他终于 出现在走廊尽头，闪光灯和快门咔嚓声不断，一大群记者和摄影师埋伏 在那里等着他。他在宾馆举行了第一次记者招待会，他开始进入到媒体 角色--美国式的。

第21节：美国爱情(2)

让他放松的是，人群中出现了一张熟悉的脸孔，那是尼古拉斯·邦加 德（Nicolas Bongard），他在纽约工作，是珠宝商让·斯伦贝榭的合伙人。 朋友的出现多少让迪奥轻松了一些，在不断递上的麦克风前，迪奥开始 了作为"在国外的法国设计师"的第一次表演。美国媒体不浪费一分一 秒，问题个个直指核心，在整个美国逗留期间都是如此。问题差不多都一 样："你这个恶魔为什么要藏起女人们的腿？"美国人可不喜欢这样！ 这些只不过是在达拉斯等待他的一切的前奏。在纽约休息两天后， 迪奥飞抵得克萨斯。那里有3000人在等候他。不只一群人歇斯底里地在 指责迪奥的设计，在这个女性有参政权的美国，她们组织起了一场真正 的反抗，井然有序的抗议者们不停地跟在迪奥后面大声抗议。这是一股 不可忽视的力量，全国各地都有她们的组织机构。第一个扛起反对大旗 的，是来自乔治亚州路易斯维尔市的路易斯·赫恩（Louise Horn）女士。 在乘坐公共汽车时，她有过一次不幸的经历。新买的长裙被公共汽车的 自动门夹住，结果她被拖着跑了整个街区，公共汽车才停下来。作为臭 名昭著的"新风貌"的第一个严重受害者，她发誓绝不会就此罢休，立 即鼓动了1265名妇女共同签署了一项反迪奥的请愿书。她们自称为"膝 盖为止俱乐部"的成员，很快便声名远扬。达拉斯一位做过模特的伍德 沃夫人也加入了这场斗争，她说："如果还有谁梦想着穿今年秋季展出 的那些可怕服装，那她一定是读了太多的历史小说了。"在华盛顿也有这 184 样的团体，其宗旨就是要废除白天穿的长裙。在达拉斯的奥尔巴尼、加 利福尼亚州的奥伊尔代尔，甚至多伦多，传来的讯息都是一样的。一名 抗议者在接受《新闻周刊》采访（1947年9月1日）时表达了实用女装倡导 者们的想法："穿长裙子太危险了。现在的生活频率这么快，穿着长裙甚 至赶不上电车，更别说驾驶汽车了。"一些激进分子宣称迪奥品牌是对 性别平等提出的挑战。"美国女性拥有漂亮的身材，为什么要将臀部垫

起来丑化它们呢？即使有人喜欢"新风貌"推崇的细腰，又有多少妇女愿 意忍受那种折磨呢？我曾经穿过一件这种新式胸衣，但仅仅15分钟后我 就忍不住脱下来了。那东西穿在身上实在是太难以忍受了。" 甚至连丈夫们也加入了这场战斗。他们的理由更加务实。他们愤慨 地说，如果妻子追随这样浪费大量布料的新时尚，他们将不得不为此支付高额账单。男人们建立了名为"破产丈夫联盟"的组织，声称拥有会员 30000人之多。 既然允许对迪奥进行攻击，这些抗议者决定不让他轻易过关。根据 作家弗朗索瓦丝·纪荷（Francoise Giroud）所言，美国人眼中的克里斯 汀·迪奥是一个"神秘的、革命家式的魔鬼"。 事实有些令人失望。正如纪荷以讽刺的口吻所说的那样："这个秃 头、穿着像职员一样的矮胖家伙，和想象中完全不同！""在这个矮小的 法国人身上看不出任何与众不同的地方，他看起来谨小慎微，毫无特别 之处……他谈不上是快乐巴黎的象征，也不是那种留着胡须，戴着单片 眼镜，对女人大献殷勤男人。他是大西洋那边的一个难解的谜。没人知 道他应该是哪一种法国人，有些美国人认为他大概是那种历史纪念碑式的人物！"

第22节：美国爱情(3)

抵达达拉斯后，迪奥得知他将要在3 0 0 0名观众面前接受奥斯卡奖，而且他还必须站在镀金讲台上发表讲话时，他一夜未眠。虽然他知道同时获奖的意大利鞋靴设计师萨尔瓦多·菲拉格慕（Salvatore 185 Ferragamo）和米高梅服装设计师艾琳同样也要发表演讲，他却没能因此感到半点轻松。但是当那一时刻终于到来之时，他的脑海中闪现出他的过往，并给了他灵感。他想起与朋友们在一起度过的疯狂夜晚， 那时他和亨利·索格（Henri Sauguet）、克里斯汀·布拉德（Christian Bérard）还有马克思·雅各布（Max Jacob）等人扮作19世纪崇尚享乐的 浪漫主义作家缪塞、杀人如麻的法国杀人犯兰德鲁、甚至维多利亚女 王，这些都让他感慨万千。"他们对我有什么期望呢？期待我表现得像 一个在国外的法国设计师……所以，当他们叫我名字的时候，站起身来 的不是我本人，而是哑剧表演中的一个角色而已。"观众们鼓掌，爆发 出阵阵笑声。他取得了彻底的成功。这是他的家常便饭，在后来的每一 次庆祝会和招待会上，他都有一出新戏表演给大家看。 而斯坦利·马库斯也动用了他的关系，尽快采取措施平息"反新风 貌"运动。在得奖后展出的设计中，有几款服装巧妙地安装了一种滑轮 装置，可以很快地将裙子的褶边从脚踝提升到膝部。 迪奥事先很担心拥挤的人群和美国记者咄咄逼人的提问，但现在， 他不再担心了，他开始认识到这场争论是多么的有价值。报纸的大肆渲 染，公众的辩论，一些妇女叫他滚回家去的辱骂声，事实上都给他做了 最好的广告。 他返回纽约时给雅克·鲁埃（Jacques Rou?t）写了一封信，信中写 道："围绕"新风貌"展开的这场战斗激起了轩然大波。""两位美国设 计师，艾德里安和苏菲·金贝尔，已经对《时尚》和《哈泼芭莎》进行了 攻击，并且间接对我进行了攻击。这是最好的宣传，我们的名字从没有 像现在这样引起广泛关注。" 在人们的抗议声中，"新风貌"成了社会争论的焦点，经常出现在报 纸的头版。连一向较为严肃

的《华尔街日报》也专门搞了一次调查，结果 表明，大多数人还是支持这一新潮流的。因喜爱"新风貌"而感到难为情 186 的人听到这一结果必定是深舒了一口气。不过，让人费解的是，如此离经 叛道的时装何以能取得巨大的成功。裙子耗费布料多达20码，胸衣要用 鲸鱼骨来作撑架，宽大的帽子几乎让她们无法通过门槛，还有那长长的 手套和成串的珍珠项链--这一切更适合坐着马车出去郊游的贵妇，而 不适合朝九晚五坐在汽车方向盘后的上班族。 但奇怪的是，曾经为选 举权、为驾车权、为工作权斗争过的美国妇女，突然之间愿意倒退50年， 去穿那种衣服。这位设计师敢于蔑视尼龙长袜、洗衣机和休闲周末的生 活方式，而坚定不移地回到过去。只有那些年龄较大、经历过1914年第一 次剪短发革命的人，才见过这样仅凭一套衣服就能激起的轩然大波。

第23节：美国爱情(4)

《生活》杂志也加入了战团，连续好几周刊登了系列文章，从各个角度深入地探讨了这一问题。从经济角度看，"这是一场时装大变革，其崭新的款式使现存各种服装都相形见绌"；从社会学角度来看，"裙子是应该缩短还是加长？经过多次的款式变化，女性的膝盖现在又重新被遮盖起来了"；从政治角度来看，"时装的每一次转型都伴随着公众的愤慨"。美国新闻界的优良传统是，在找到另一种方式挑起辩论之前，不把一件事的新闻价值榨个干净誓不罢休。他们对两派的意见 进行了投票，请名人来讲解评论，还公布了一些图表，显示过去200年以 来裙缘的变迁历史……这种争论还将持续下去。 这场论战的真正价值终于显现，至少对于那些身处其中的人是如 此。当然，对于自从1906年以来就经营着美国最大的豪华百货公司的销 售天才斯坦利·马库斯来说更是如此。内曼·马库斯公司颇具传奇色彩， 它是美国梦活生生的再现（没有人会忘记圣诞节时商场橱窗展示着超级 礼物的那些时光--两架私人飞机，上面分别写着"他的"和"她的"）。 斯坦利·马库斯第一个意识到，时装行业可能会由于这种风格迥异 的时装的进入而受益。观看迪奥第一次服装展时，他就已认识到这一点。"我从来没有见过引起如此轰动的时装展。"他回忆说："二战"期 间，斯坦利·马库斯是"战时生产委员会"的委员，由于这一经历，他的 判断显得更为准确。"战时生产委员会"旨在限制新时装的发展，控制人 们过于频繁地更新和追求新时装的欲望。该委员会在L-85条款下给服 装工业定下了非常严格的原则性规定，禁止生产晚礼服、三件套、百褶 裙以及带泡泡袖的裙装。"新风貌"的出现标志着L-85条款的取消。 斯坦利·马库斯和克里斯汀·迪奥一见如故。马库斯聪明绝顶，是一 位具有开创性的商业奇才。比如，他设立时装"奥斯卡"奖就是很绝妙 的一招，把世界各地的名人都吸引到达拉斯来。"仅仅靠掏路费，并不一 定能把艺术家们请来。"他后来曾这样说道。 [迪奥这次到美国是自己 出的钱，内

曼·马库斯公司只负担了衣服托运和保险的费用。］ 马库斯与迪奥的第一次见面充满了惊喜。"我提出要带他到本市最 好的街区去看看。他回答说："很乐意，不过我也想看看贫民区。我想看 看普通人是怎么生活的。""迪奥这种务实的风格很受马库斯的赏识。 赢得马库斯赞赏的，还有迪奥广阔的视野，他认识到"新风貌"将为美 国时装业带来急需的新鲜空气，而这也是《哈泼芭莎》无所不能的卡美 尔·斯诺（Carmel Snow）的观点。她后来写道："我在第七大道的朋友 证实了我的信念，即美国的设计师在战争结束后才真正形成了自己的风 格。L-85限制的解除给了他们动力，与巴黎的接触又激发了他们的想象 力。"斯诺的话如同时装界最权威的圣旨，当她告诉《哈泼芭莎》的读者 们尽情去穿"新风貌"时，整个美国都这样做了。

第24节：美国爱情(5)

然而，与此同时，也潜伏着许多危险。商店库房里存放着价值上百万美元的衣裙，却不见一个人去买。在某些商场，销售额比往年下降 了40%。得想办法了。如果这个该死的法国人无法掀起一次时装新潮流 的话，整个时装界将纷纷破产。相反，如果妇女们像蜜蜂采蜜一样纷纷 跑去买他设计的衣服，那将重新激发起人们对服装的强烈兴趣，使一切 188 又可以重新运作起来。于是，老对手们尽释前嫌，重归于好。萨克斯第 五大道精品百货店与亨利·班德尔联手在芝加哥的马歇尔菲尔德和柏 朵古德曼都举行了会议。甚至连起初对"新风貌"不屑一顾，年逾七十 但精力仍然充沛的海蒂·卡内基（Hattie Carnegie），在电台收听了卡梅 尔·斯诺热情洋溢的演讲后，也马上搭乘飞机前往订购。斯诺认为："迪 奥对巴黎时装的贡献，如同巴黎战士在马恩河战役为法国所做的贡 献！"坐几小时飞机又算得了什么？ 克里斯汀·迪奥的美国之行实际上起到了强大的宣传作用。他走到 哪里，新闻记者就跟到哪里，每次少不了针对"新风貌"提出问题，这是 迪奥做梦都想得到的宣传机会。这位"小个子法国人" 风靡一时，尽管 他很难给人留下深刻的第一印象。他的口音也常常成为别人的笑柄，但 他的连珠妙语却棒极了。人们不知道，他在从达拉斯到洛杉矶、从洛杉 矶到芝加哥、从芝加哥到华盛顿，然后再回到纽约的路上，乘坐火车或 飞机时，花了多少工夫来排练他的面部表情，磨炼他的应答技巧。"规则 是，做出回答时，不要得罪任何人，要一直顺着采访人的想法说下去。无 论什么时候你遇到了障碍，要赶快回到刚才的话题上。技巧就在于要使 自己所说的话或说话的方式有趣。" 每到一处，他都会碰到这样的问题：你认为我们国家的女性怎么 样？你认为她们是最美丽的吗？迪奥说："我总是说：是的，但总是会补 充：法国女性也不赖。" 在这片媒体云集的国土上，事实证明了迪奥是一个"受支持的 人"，并很快赢得了美国人的欢心。他心中没有先入为主的想法，从来不 表现

出傲慢，而是耐心地倾听、观察，并总是彬彬有礼。他终于取得了成功。而且使听众大为高兴的是，他在一次临时演讲中透露出他的成功来 自自我奋斗，这席话使他完全地赢得了美国人的心。他也非常喜欢美国 人，尤其喜欢他们具有 "很自然地从生意转换到热情友爱"的能力。他 189 的第一次美国之行也是他与斯坦利·马库斯之间持久友谊的开端，他们 的友谊是建立在共同理解的基础上的。认识不少设计师的斯坦利·马库 斯惊讶地发现，在迪奥身上具有像吕西安·勒隆那样"政治家的器量"， 而且，他认为迪奥"在文学、艺术史以及印刷学方面的修养远远超过他 的同龄人"。迪奥注意礼貌，讲究策略，这两点也给马库斯和他的妻子贝 蒂留下了深刻的印象，因为这两点是他们自认具备的基本素质，两人在 志趣爱好上总是强调高雅。

第25节：美国爱情(6)

无论迪奥走到哪里，日程安排都是一样的。迪奥说："我面对的是一个又一个记者招待会，走马观花似地参观商店，疯狂的鸡尾酒会，以 及自助餐宴（迪奥正在节食，只吃三明治，只喝橘子水，而可悲的是，饭 桌上从来没有酒！），我每天都要收到好几百封匿名信，写信的人都自 称反对把胸脯挺起，反对把臀部撑圆，反对长裙……总之，反对"新风 貌"。 我对这些人持无所谓的态度，我每天照样去面对闪光灯，微笑， 致意，喝橘子水。我对自己在达拉斯扮演的角色越来越有信心。" 迪奥说，在旧金山，"无数人到机场迎接我。我接到了无数的邀请， 这使我不得不使出浑身解数尽量不冒犯任何人。在一家俱乐部，人们把 进入该城市的象征性钥匙赠送给我；而在另一家俱乐部，一群人在等着 我参加同样的仪式"。 在芝加哥的经历却大不一样，他实际上是被迫化装前行的。他的火 车刚进站，就有一大群人在那里叫着"克里斯汀·迪奥，滚回家去"！ 他的 陪同人员脸上的尴尬表情足以反映出当时情况的恶劣。迪奥后来曾很风 趣地写道："好像我们是侥幸地逃脱了一次未遂谋杀事件。"从他在芝加 哥访问时的照片中可以看出，化了装的迪奥正在一大群尖叫着、威胁着的 人群中穿行，但他并未受到任何烦扰，因为没有一个人认出他来。 "我严肃认真、沉着冷静的表情很快驱散了一切风险。我不知道我 在这些人的脑海中是什么样的形象--或许是像佩特罗尼乌斯那样沉湎于享乐的人，或许只是一个画报上的名人，或许是一部电影或喜剧中 的某个固定形象，毫无疑问是这样的。就这样，我这个坚定的中产阶级 诺曼人穿过了大厅，人们却一点反应也没有，甚至连一点好奇都没有。我 简直有些失望！" 他快要离开美国时，"新风貌"已毫无疑问地赢得了那个国家的芳 心。各大百货公司给予他明星般的欢迎，强大的美国时装机器在他身后 给他助威。来自马格宁公司的采购员斯特拉·哈那尼亚回忆说："那是 我一生中见识过的最激动人心的服装展。它来得恰是时候。就像人饥饿

时刚好有大量食物可以吃一样。我试穿了我看到的每一套衣服。"马格宁的另一位采购员补充说："迪奥在时装和经商两个方面都拥有无限的灵感源泉。"柏朵古德曼的总裁安德鲁·古德曼也曾这样说过："迪奥！真绝了！ 他不仅有着非凡的创造才能，而且是一个迷人的、脚踏实地的 人。他是狂风暴雨的大海中的一处锚地。" 各处百货商店里，甚至在街头上都在卖"新风貌"时装，而且价格 很低，当迪奥看到这样的情形，会有什么样的想法！ 斯坦利·马库斯回忆说："只需等3个月，衣服就能赶制出来。"曾 经对《时尚》和《哈泼芭莎》进行攻击的设计师苏菲·金贝尔早在1947 年迪奥秋冬时装展开始，就把"新风貌"时装运用到美国的流水生产线 上，生产出"玛格雷夫"牌短尾女服。这套衣服定价400美元，上身是一 件袒胸露肩低开领的黑色绸缎衣服，紧身胸衣由3块型号逐渐缩小的蝴 蝶形布条组成，这样可以使部分皮肤显露出来。下身那条宽大的裙子是 典型的"花冠"式，用了至少15码的纤维布。这种服装首次出现在纽约 柏朵古德曼和亨利本德尔两家名店的橱窗内，但很快被人一而再再而三 地仿制，最后的卖价竟低到110美元。款式基本保留了原样，但用的布料 全是人造纤维，一根拉链代替了原先的12颗纽扣，裙子的布料由原先的 15码减到11码。到1947年12月，"新风貌"实际上已大大掉价，在奥巴克 191 服装店仅花8.95美元就可以买到。那时，开领式胸衣已不见了，取而代 之的是三块蝴蝶形布条已被缝连在一起。但是由于价格低，几周之内就 卖出了好几百万套衣服。高级女装设计师们后来都普遍采用了这种速 度惊人的营销方式，只不过在方式上更规范一些，通过办理许可证才能 在国外市场上销售。

第26节：美国爱情(7)

迪奥对这一切的反应很有趣。想到他的"新风貌"时装竟在美国大众市场上如此廉价地售出，他本应该暴跳如雷。可是看到他的时装在每 条街道的繁华地段都在销售，他也会感到很得意。当然，他也可能根本 认不出来"新风貌"了。美国制衣工业生产出的种种变异之物完全有可 能伤害他那颗艺术家的敏感之心，因为美国人不仅采用了他的"新风 貌"款式，而且对它进行再加工，以符合他们自己的穿衣传统。这很容 易让人想起20世纪之初查尔斯·达纳·吉布逊（Charles Dana Gibson） 画笔下不朽的女性形象，"吉布逊姑娘"们穿着长裙和带褶边的女式衬 衫，在当时的维多利亚式生活气息里被认为是温柔顺从的表现。1947 年8月的《生活》杂志正是用诸如此类的言辞描述了已经美国化的"新 风貌"时装。由于不久前刚与《时尚》杂志的艺术编辑亚历克斯·利伯 曼（Alex Liberman）及其妻子建立了友情，迪奥开始理解了这些微妙之 处。"美国人对腰身很着迷，"利伯曼曾这样说，"因此，迪奥对女性的 概念真正找对了目标。过于拘谨的美国人对那些更具诱惑力的东西一向 较为谨慎，而用缎子、带子、褶边和荷叶边把女人包裹起来，正好迎合 了这些盎格鲁-萨克逊人的腼腆天性。以一种微妙的、细致的方式让 女性的美显露出来，有点像香水从盒子里散发出来时那样诱人。"利伯 曼的比喻很美，把一个裹在绸缎里的女人比拟为一件珍贵的礼物，需要 小心仔细地进行丝绸包装才行。利伯曼继续说："巴伦西亚加痛恨妇女 的身体，因此便把她的各个部位包藏起来。他把她们打扮得都像老女人 似的。"那位一向自律的西班牙人的确可以这么说："一位高贵的女士总 192 是几乎没有一副讨人喜欢的形象。" 美国人对纤腰的迷恋反映出时装与性之间的象征性关系。如果说 迪奥时装以它的束腰紧身胸衣、低开口衣领、优质内衣、衬裙和褶边让 性感衣服重新流行起来的话，那么很显然，这种给女性吸引力加上漂亮 包装的做法，将导致更为普及的潮流。正如我们在后面将要看

到的，迪 奥热风很快也吹到了英国。 看到美国人改造他的设计，使之适合其口味和市场，迪奥没有丝毫 的不快。不过，他也不打算就这样了事。此次美国之行带给他相当多的 启示，美洲大陆及其喜欢宏伟事物的价值观激起了他敏锐的好奇心。他 的头脑中充满了许多新的思想，他所看到的一切都成了思想的养分。他 身上潜在的建筑师的潜质被激发出来，他对城市规划、社会学乃至商业 的兴趣也都得到了释放。他对参观过的每一个城市都有详细的描述记 载：他不喜欢洛杉矶，倒是蛮喜欢旧金山，芝加哥黑社会势力猖獗，华 盛顿有点呆板僵化，纽约是一个到处都有咖啡馆的社交大舞台。虽然这 里的建筑和城市设计令他着迷，他最感兴趣的还是人们生活的方式。他 看到普通妇女坐着带空调的"别克"牌汽车上班，便马上想到要在蒙田 大道30号装上空调。他对雅克·鲁埃抒情般地夸耀着美国工人们所享受 的"漂亮车间和集体食堂"。什么都没逃过他的眼睛。他如饥似渴地领 略着美国的方方面面，各地不一的气候，各不相同的风物。想到他有这 么多要去学习，他决定在美国尽量多待一段时间。

第27节：美国爱情(8)

他观察到的第一件事情是，美国人远比法国人好动，美国女性的着 装风格也不尽相同，因为从美国东海岸到西海岸的风格和季节差异非 常大。他还发现，百货公司在美国时装的大趋势上发挥着非常重要的作 用，它们决定着时装的走势，为大多数美国人提供快捷无忧的服务，无 论这些人住的地方有多偏远，也无论他们的前途和背景有多大差别。在 193 他看来，主要的问题是，"女人们穿得很糟，从来没有穿上恰当的衣服。 她们买的全是制作好了的现成东西，从来不知道一套衣服该怎么搭配 才好看"。即使积极的事物也有其消极的一面，"制衣业门类繁多，丰富 多彩，给人们提供了很大的选择余地。但遗憾的是太杂乱。人们在这里 买一顶帽子，到那里买一件外套，然后又从别的地方买一条裙子……这 可以说是一种服饰搭配形式，但并不能构成一套得体的装束"。他最后 总结说，"美国人虽然可能还不适应大规模的奢侈品，但他们花钱的规 模可是够大的"。"美国妇女……会很快购买三条新裙子，却不会仔细挑 选一条非常漂亮的裙子"。 "美国女人在购买服装上并不花费很多心思，因为她们知道，自 己很快就会对买回来的东西感到厌烦……美国人的购物习惯在我们看 来似乎有点过于仓促，和我们节俭的、有一定计划的购买方式显然不 同……为什么这样一个富裕的国家在时装的问题上却如此简便呢？" 渐渐地，他开始把他在美国期间发现的各种事情联系起来思考。这 简直像在商学院进修了一门课！现在，该总结一下他所了解到的事情了。 美国女性对他的设计的反应和"新风貌"所引发的战争使他意识到一 件事：他不仅已让他的服装、他圆滑的处世态度、他的完美主义理想， 甚至他本人的风格和自信得到了一次检验，而且他还发现了时装作为交 流手段的威力。"新风貌"的成功，事实上是一种文化观念全球化的体 现。仅仅一种时装就引发了一次大规模的公众反响，并吸引了媒体的极 大关注。要知道，这些媒体平常只报道戏剧、电影、大型音乐会或者如 奥运会

这样的重大体育赛事。迪奥最初研究美国的动机源于他对独特 的法国传统风格和品位的信念。然而后来，他开始下决心在美国建立一 套商业性的时装分布系统。当时，消费社会还根本没有走出襁褓，但迪 奥已经看到了奢侈商品的潜在市场。 正是在美国时，他发表了关于服装设计师作用的名言。他宣称："我 194 们是卖创意的商人"。由于远离自己的国家，以及美国与他心爱的法国 完全不同，他找到了将想法变为现实的方式，并创建了欧洲乃至世界时 装界的第一个时装商业帝国。 他是一个实干家，渴望见到自己的想法尽早付诸实施，以达到想要 的结果。他开始设想在纽约建立公司，"一家高档的服装厂"。在这里， 他设计的衣服可以被复制，以适应大众市场，更重要的，可以进行修改以 适应加利福尼亚州和波士顿等不同地域的多样性的需求。还没有离开 美国，他便迫不及待地打电话给博萨克（Boussac）的得力助手亨利·法约 尔（Henri Fayol）商量这个项目。另外，他还在写给雅克·鲁埃的信中提 到这件事。他已经在实质性地考虑如何对他的设计进行商标注册了。

第28节：美国爱情(9)

在纽约，他注意到夏帕瑞丽丝袜在鲜粉红色的商标盒里出售，他立 即对原有做法改变了态度。他曾在时装展中安排使用著名的袜子品牌， 并得到那家美国公司支付的50 0 0美元费用和联合宣传。离开纽约时他 对雅克·鲁埃说："我对促销美国的袜子并不感兴趣，难道我们不能自 己生产？" 当他终于到达法国瑟堡港口时，雅克·鲁埃和雅克·霍姆贝格 （Jacques Homberg）（司机皮埃尔·佩罗蒂诺开车把他们送到那里）前 来迎接他，他已经不是那个首次到美国的"很不起眼的小法国人"了。他 的身上感染了美国人的创业热情和活力。他曾经梦想的"小事业"现在 似乎已是非常遥远的往事。他承认"我在这突如其来的巨大名声面前， 的确还有一点怀念那种梦想"。但世上没有回头路，他说："美国具有使 人充满活力的奇妙能力，它激励我采取行动。"他被一种成功的愿望驱 使着，因为这是他第一次真正发现自己在扮演主角，所以他不愿失去这 一大好机会。看到他的名字出现在报纸的头版，他的"新风貌"时装遍 布巴黎、纽约和旧金山的街头，他发现自己要干任何事情，成功的可能 性都是很大的。他可能根本没意识到自己已发生了多大的变化。 195 刚走下轮船的跳板，他就问到："我的那辆新车在哪儿？"临行前他 已经订购了一辆新的"雪铁龙"15型。这是一辆折篷式汽车，内部用黑 色皮革装饰。皮埃尔·佩罗蒂诺的脸色难看极了。那辆新车由于跟一匹 栗色马严重相撞，现正停在修车店修理，准备换一个全新的底盘，所以 只好租了一辆"雪铁龙"11型。迪奥得知后暴跳如雷，佩罗蒂诺说："那 样子简直要杀了我。"风暴很快平息了，但一个新的、脾气更加暴躁的克 里斯汀·迪奥已经诞生了。 雅克·鲁埃很快发现自己被搞得头昏脑涨，他办公室里的事情突然 洪水一般地涌来。迪奥有着没完没了的计划、想法和问题：他想在沙龙 内安装上空调，他想要建立纽约分部……可他们的事业开创还不到一 年。"不要这么急于求成。"他的合伙人不得不告诉他，大多数企业在头 几年都

是最脆弱的。雅克·鲁埃说："博萨克集团决定先看看第二个时 装系列的效果，然后再做进一步的投资。"事实是，在1947年到1949年 间，博萨克集团的投资增加了10倍以上。再说，这一羽翼未丰的事业所 取得的惊人成功，足以让即使是最谨慎的投资者加倍投资，更不用说博萨克这位赛马能手了。 在其成立的第一年，迪奥店就开始赢利。其营业额在1947年为120万法郎（相当于今天的400万法郎或大约80万美元），在1948年则上升到 360万法郎，在1949年则上升到1270万法郎。尽管国外业务还处于刚起 步阶段，却占据了总收入的60%。税前利润约为15%。到1947年，博萨克 集团已投入了其6000万法郎总支出的近一半，大部分资金用于在美国建 立批发商店。事实上该计划已获得批准，已经派了两个人去做前期工作， 并在纽约当地聘用海伦·恩格尔夫人（Helen Engel）做经理。

第29节：美国爱情(10)

这是博萨克经商才能的又一例证，他那具有传奇色彩的商业能力从来没有一次让他失败过。对于这位穿着橘红色绸衣、在英吉利海峡两 196 岸的赛马场上建功立业的赛马能手来说，迪奥店是一份崭新的、不同的 奖品。博萨克很善于让英国人发怒；他不仅连续17年列居法国赛马冠 军得主的榜首，他现在还在英国人自己的赛马场上击败英国人。1949年 是马塞尔·博萨克最辉煌的一年，他在那一年赚了940 0万法郎，其中的 4100万是在48小时内挣到的（他一举就把在迪奥身上的大部分投资挣了 回来）！ "迪奥店只不过是我众多商务活动中的一枝光彩照人的小花朵。" 马塞尔·博萨克接受《法兰西晚报》采访时曾这样讲过。这话隐约地暗 示了博萨克商业兴趣十分广泛，同时也暗示了他与迪奥之间颇有距离。 有趣的是，其实他们两人只见过一次面，就是当初的那次面试。博萨克 尽管很喜欢向人夸示，但他从来没想过邀请克里斯汀·迪奥到他位于巴 黎诺伊里郊区的豪宅做客。如果迪奥真的去了的话，他一定会迷上那里 典型的18世纪装饰风格。看到博萨克在邻近小镇香提的温室里培育的 令人称绝的果园时，他也一定会欣喜若狂。迪奥也从来没有参加过这位 "纱业大王"的狩猎活动。 博萨克招待的客人往往都是政界人物，好像他生来就习惯过这样 的生活。他们两人各自有自己的世界，不过，正如雅克·鲁埃所言，博萨 克还是"非常清楚迪奥给他带来的名望"。 由于有自己的报纸《晨光报》的支持，博萨克很有影响力，经常活跃 于社会的最上层。1947年11月，当迪奥起程回国时，博萨克正前往美国。 虽然他是纺织品制造商，但他此行的目的并非如他的搭档一般巡视各百 货商场，而是为了私下与杜鲁门总统会面。与"哈里"的见面不谈商务或 贸易，尽管总统已经在堪萨斯城开办了一家男式衬衫厂。博萨克此行是与 杜鲁门总统谈他对西欧前途的忧虑，请求美国帮助通货膨胀快速增长 的德国和失业率高涨的法国。在白宫与总统谈了45分钟后，博萨克在纽 约作短暂停留，开

办了一家隶属于他的"棉纺织业贸易公司"的分公司。 197 由此，马上有人下结论说博萨克真正的计划是要给迪奥提供支持和生产 "博萨克"牌系列雨衣或浴巾。事实上，从来都没有过这样的计划。 让人吃惊的是，高级女装界的头号人物迪奥从来不曾与博萨克在纺 织领域多层面合作过。要理解这一点，我们得回想一下亨利·法约尔在 建立迪奥店的过程中所起的指导作用。可以说，正是他极力主张把迪奥 店建成一个小规模的企业。他与雅克·鲁埃每周都要在棉纺织业贸易公 司的总部碰头，讨论一切与迪奥店及其未来走向有关的事宜。所有决定 都是亨利·法约尔在征得马塞尔·博萨克的同意之后做出的。马塞尔·博 萨克和克里斯汀·迪奥从来没有直接面谈，全都由法约尔作为该店的管 理人在中间发挥作用。法约尔在商业管理方面的经验使他认识到，如果 把这两位强势人物放在一起，将是一场大灾难，而且两人的管理风格大 相径庭，无法沟通。博萨克的工业帝国是建立在古典的等级制度基础上 的，那是一种高度集权的管理体制，总裁的话就是法律。

第30节：美国爱情(11)

最明智的选择就是让蒙田大道30号与博萨克巨大机器的齿轮保持一定距离。雅克·鲁埃后来指出："以迪奥先生的个性，这可谓是最好的 方式。他是一位经营者和艺术家，他用宏大的器量、智慧和才干征服了 所有人。"正如博萨克的财政副主管皮埃尔·雅里（Pierre Jarry）所言， 法约尔扮演着督导的角色，他很机智聪明，"善于在明确分工的基础上 把责任分摊到他的各位部属身上"，这样，迪奥总是觉得自己是在完全 负责。雅里继续说道，"他唯一的担心是怕生意做不好，挣不到足够多 的钱，怕博萨克决定中断投资"。正是因为这一点，法约尔才如此关注 他的"婴儿"。他办事充满活力，加之他与雅克·鲁埃配合得相当好，他 真正堪称蒙田大道事业发展的中流砥柱。同时，他竭尽全力鼓励马塞 尔·博萨克继续投资。雅克·鲁埃曾证实，博萨克"意识到迪奥给他的整 个纺织帝国带来了声誉和名望"。因此，人人都很高兴。迪奥已是一颗 小明星，成为博萨克皇冠上的一颗宝珠。虽然迪奥认为是自己带来了财 198 富，但是博萨克却认为这全归因于他自己惊人的远见卓识。 最具讽刺意味的是，这位亿万富翁一生中的最大成功，是在他参与 最少的一个领域。他只参观过他的"宝珠"一次（博萨克从来不看服装 展），那是在蒙田大道30号扩建的时候。40年里，他在孚日山区和北方各 省的工厂里做过多次视察。机器必须铮铮发光，地板必须闪亮如镜，工 人们立正站好等候命令，工头们沉着冷静地检查每一处细节。老板鹰 一般的眼睛绝不会漏掉任何不合规章之处……他对迪奥店的参观也不 例外。他看完了所有工作间，下楼穿过展厅时，突然弯下腰从地毯上捡 起一根线，说道："这地方的清洁工作很糟糕。" 不管怎么说，博萨克还是非常推崇迪奥的才能的。他曾私下向妻子 称赞迪奥，而他的妻子当然是要参加服装发布会的。博萨克夫人喜欢订 购与她的蓝色眼睛相配的晚礼服，另外，也需要与灯光闪烁的歌唱环境 相协调的衣服，因为她曾经是一位歌手。她平常往往穿戴

不起眼的套装 和贝雷帽，外边总要披一件风雨衣，完全看不出她的丈夫开了一家女性 时装公司。她并不怎么关心女性时装，每当她出于好奇询问这件或那件 衣服的价格时，都要大吃一惊。然而，迪奥店的人们都知道她是一位很 有魅力的女人，她有一整套非常不错的晚礼服。在纽约，事情进展得很顺利。新的迪奥店将由海伦·恩格尔夫人经 营，她在美国定居多年，拥有一半俄罗斯血统和一半瑞典血统。不过， 这家位于第五大街730号的迪奥新店面积不大，当迪奥赶到纽约准备他 在美国的第一次服装发布会时，竟没有地方工作，只好在第62号大街 租了一套褐色的房子，与他的全班人马临时凑合着在那儿建起一个工作 室。客厅改成了工作间，卧室当做模特儿们的换衣间，暖房当做迪奥的 设计室。迪奥对这个临时场地却很喜欢，他身上的乐观天性使他总是乐 于在一场即兴喜剧里随意地挥洒几笔。

第31节：?国爱情(12)

199 1948年11月8日，迪奥的第一次美国时装发布会盛大举行，到处装 饰着华丽的鲜花。弗朗西斯·维兹是在当地聘用的助理，他后来充满激 情地回忆说："所有的纽约名流都到场了。玛琳·黛德丽带着大队人马穿 金戴银地来到了现场。我们都喜欢迪奥。他是一位真正的绅士。我们甘 心为他效犬马之劳。"迪奥的朋友尼古拉斯·德·甘斯堡负责店铺的内 部设计，他是一位富裕的银行家的儿子，是社交界的一只飞燕，习惯于 随季节的变化在大西洋两岸来回穿梭。 有一套配有短上衣、以克里斯汀·迪奥的狗"鲍比"命名的套装刚 一投入市场便获得成功，成为最畅销的服装。它在销售排行榜上连续 8个季度保持前列！这对迪奥来说挺有意思，因为他认为时装需要不断 地变换更新。在巴黎，他是一名高级女装设计师。在纽约，他的名字成 了豪华成衣和各种服装制造的代名词。从此以后，迪奥每年都要去纽 约两次，每次都带上他的3位得力助手泽纳克夫人（Zehnacker）、玛格 丽特·卡勒（Carre）以及米查·布里卡尔（Bricard），在纽约进行现场 设计制作，然后把衣服销往伯格多夫、萨克斯、洛德和特勒等百货店和 几家精选的"专卖店"。在这里做的衣服都要比法国的大一点（法国的 是8号，而美国的是12号），而且根据两地的不同气候进行变换。大多数 衣服都是在迪奥自己的车间里制成的，少数由几家精选的美国厂家制作。第五大街的时装店只用作系列套装的展示。有一次，加里·格兰特（Gary Grant）带着他的妻子贝特茜·德雷克（Betsy Drake)来到第五大街73 0号，店员向他们展示了店内的服装，贝特茜还试穿了几套她喜欢 的，但是，她却不能直接从这儿把衣服买走。 这种大胆做法背后的道理，正如迪奥本人所言："我要保持一种自 主性，我认为只有这样才能突出巴黎女性时装的高贵、显赫和至尊地 位。我还要与其他美国人开的公司一样，冒同样的风险，在同样的基础 上竞争，才算公平。"值得庆幸的是，他设法说服了他的支持者们在这一 200 项目上投

资。要使这个实际上已脱离高级女式时装轨道的公司站稳脚 跟，不是一件容易的事情，许多法国时装设计师在这一过程中都以失败 而告终。然而，迪奥认真观察了美国时装业的操作方式，因而他能够很 好地利用它，避免风险。他利用美国时装业的分销系统，根据美国的成 本结构、工作惯例以及工会组织等对公司做了必要的调整，同时又不放 弃控制权，迪奥仍然操纵着整个公司。 迪奥的优势在于他既能利用迪奥品牌的影响力，又能利用美国时 装体系的强大动力。美国时装体系的有着坚实的基础，消费者人数达到 2亿，而且还有强大的后援（比如说杂志）向人们提供大量实用的建议， 告诉他们如何穿每一款新时装，包括"新风貌"时装。巴黎的时装设计 师们对这种"阴谋勾当"感到非常愤慨，他们对此强烈抗议，尤其当新 的时装展开始的时候。1956年，纪梵希和巴伦西亚加都禁止任何杂志记 者进入时装表演现场，理由是，他们给买主造成了不适当的影响。

第32节：美国爱情(13)

然而最重要的是，迪奥灵活地与市场直接挂钩的做法使他能够根据美国妇女不同的趣味和需要马上做出相应的调整。面对采取不正当手段大量滥制时装的行为，他也能够奋起反击，捍卫女性时装的尊严和 声誉。例如，一件在巴黎销售的巴伦西亚加的大衣可能在纽约也有卖， 而且有两种不同的版式，一种适合白天穿、一种用绸子做成，适合晚上 穿。衣领也许按照法斯的样式进行了一些改动，而衣袖可能是纯粹的德 塞的款式……结果，这衣服不一定就不好看！《妇女服装日报》曾评述 过迪奥如何捍卫"巴黎时装"的尊严。他密切注意任何企图仿造他的设 计的行为，甚至注意到布料的来源问题。迪奥极其时髦的服装发表会 上，模特儿们迈着轻快的步伐，昂着高傲的头颅，走着巴黎特有的一字 步，为迪奥品牌增添了高雅的世袭色彩。一旦这种体系在巴黎的总部通 过检验能够达到令人满意的效果，立刻就会作为模式向全球的分店推 广使用。到时候，雅克·鲁埃就可以在其他国家签订许可证协议书，伦敦 201 的迪奥店就是这样在1952年开张的。 英国妇女竟然也遥遥地对"新风貌"产生了兴趣，这好像是不太可 能的事。她们安静地过着自己的生活，从来不受稀奇古怪的时装的烦 扰。这并不是因为她们不够高雅，没有创新意识或者想在穿着上保持自 己的个性。当然，对时装不感兴趣并不意味着她们的衣服没有什么款 式。她们对时装不感兴趣有一个很好的理由，那就是战争年代遗留下来 的"实用穿法"的影响，那时几乎使所有英国妇女的穿着都是一个样。 这倒使人不能马上从她们的衣着上看出阶级差别来。总之，英国人饱 受战争、寒冷、断电和缺煤之苦，人们的心思绝对很难想到"新风貌"上去。当时，只是在一些妇女杂志上提到此事，而且用的是最苛刻、最严 厉的言辞。《邮政画报》记者马乔里·贝克特曾这样写道："巴黎忘了这 是1947年。"他接下去还把最新的时装说成是一次纯粹的丑闻。这不足为怪。在一个失业人口达200万、买布匹需凭票配给的国家，一

件晚礼服就要花去250英镑，这种事谁会想象得到！除了这些限制外，大臣、高级政府官员们的男性至上态度也是一股消极力量。例如，贸易部 部长斯塔福·克里普斯爵士（Stafford Cripps）几乎是咆哮着喊道："什么 新风貌？"当时装杂志记者艾莉森·塞图问他是否考虑取消布匹配额时， 这位未来的财政大臣坚决地说："根本不可能！""新风貌"的前景在英 国似乎很暗淡。然而，只要具备胆量、气度和机智，愿望就会实现。 黛若塔时装公司神不知鬼不觉地在那一年现存配额之外设法搞到 了一些布匹，并且生产出70 0套"新风貌"时装。这些服装仅仅两周之 内就售卖一空。制作一件"新风貌"衣服需要20码布料，而制作一套普 通服装通常只需要三码。因此，母亲们往往犹豫不定，而女儿们却费尽 心机也要搞到这种新时装。虽然国王乔治六世一直坚决告诫两个女儿 伊丽莎白和玛格丽特遵守限额，但王室服装设计师爱德华·莫利诺埃 202 （Edward Molyneux）还是把玛格丽特公主的外套加缀了一系列黑色丝 绒饰带，改成了一套"新风貌"服装。这倒是一个很聪明的办法，既克服 了原料短缺的问题，又赶上了时髦的潮流。

第33节：美国爱情(14)

幸运之神在英国向迪奥招手。即将登基的女王和她的妹妹对"新风貌"时装都很入迷，她们认为它可以与庚斯博罗和委拉斯开兹等往日大师的作品相媲美。1947年秋天，迪奥正在伦敦的萨沃伊宫举办服装发布 会，他吃惊地收到一封来自法国大使馆的短信，向他传达了一个非常特 别的要求：为英国的王太后搞一次私人服装展示。于是，迪奥带着他的 衣服和模特儿们悄无声息地从便门离开旅馆，前往法国大使家中。在那 里，英国王太后、玛格丽特公主、肯特公爵夫人及其妹妹--来自南斯 拉夫的奥尔加公主全都在等待这场秘密的时装表演。4年之后，即1951 年，迪奥公开为玛格丽特公主的21岁生日舞会设计了礼服--"新风 貌"的地位由此升格为"应女王之约"。 在迪奥的不懈努力下，直到1948年，英国其他的地区商店里才开始 出售迪奥服装。很明显，这不仅仅是一个裙子长短的问题，它表明整个 女性形象的改变。由约翰·刘易斯百货店（John Lewis）组办的时装表演 正式标志着英国进入了一个全新的服装时代。作家戴安娜·德·玛尔黎 （Diana de Marly）曾引用约翰·刘易斯百货店店报中对这件事的报道： "罗兰小姐比以往笑得更开心，她手里拿起一件小巧迷人的粉红色缎 带胸衣。她要让大家看看它可以塑造出最苗条的身材。于是，她叫来一 位身材苗条的模特儿试穿这件小巧的胸衣，但尺寸太小，模特儿涨红了 脸。罗兰小姐叫她再使点劲儿，"收腹挺胸，亲爱的"，我们大家都同情 摒住呼吸。" 直到1952年，迪奥终于在伦敦开设了专卖店。专卖店设在梅斐尔，为 了与纽约的体系保持一致，这里每年要设计两个时装系列，不久伦敦店 在英国就有了55个销售部。 203 此时雅克·鲁埃正奔忙于墨西哥、古巴、智利和加拿大，与各大百货 店或专卖店办理营业许可协议。古巴的销售部是整个拉丁美洲最豪华 的，拥有自己的迪奥沙龙，是蒙田大道的完美复制品。在加拿大，迪奥 店与霍尔特润福公司及其下属的七家商店都建立了合作伙伴关系。霍尔 特润福公司的总裁阿尔

文·沃克（A lv in J. Wa l ker）是忠实的迪奥时装 迷。迪奥店扩展得如此迅速，不久，迪奥就发现自己再不可能到每一个 新开张的店面去参加开业仪式了-- 一年的时间都排不开！另一方面， 1952年，他不得不关闭了纽约迪奥店。迪奥根本没有时间一年去那儿 两次，况且，整个行程花销太大（迪奥习惯带上他的全班人马住在皮埃 尔饭店）。短短的几年间，纽约迪奥店的代销分店从160家增至250家， 恩格尔夫人负责当地分店，而雅克·鲁埃负责世界各地的分店。即便如 此，纽约分部还是没有赢利。亨利·法约尔不得不插手此事，要求鲁埃 找到解决办法。最后的决定是，所有服装的设计和准备工作搬回巴黎来 做，然后再把设计好的衣服运往纽约。这样，蒙田大道30号腾出一大间 设计室专门为美国市场进行设计。由玛格丽特（Marguerite Carre）负 责督导，并检查在美国授权生产的服装的质量。迪奥在纽约的四大模 特儿--玛丽、玛乔里、玛普以及玛西亚（迪奥给她们取的名字都是以 他的幸运字母M开头）--全部召回巴黎试穿新衣。《妇女服装日报》 曾这样写道：" 迪奥的姑娘们通常都是健康、温和、老练、漂亮的…… 不过，也不一定必须漂亮，即使最优秀的女人也具有"普通女人"的局 限……有的肩宽了一点，有的腿粗了一点，但往往正是这个事实使零 售商 想到迪奥的衣服并不是专门为绝妙身材的人设计的。而且大多数 顾客 的身材都不理想，尤其是那些能买得起迪奥衣服的人。" 这时，雅克·鲁埃有了个新主意，后来被证 .取得了极大成功。他建 议把迪奥的款式卖出去后，允许买主有特许复制的权利。其实迪奥公司 已经这样做了，但鲁埃认为应该大范围推广。既然不论多么努力，却始 204 终无法制止不断地剽窃复制迪奥时装的行为，那为什么不干脆出卖这 种 "解释权"呢？这样，所有买主前来蒙田大道参加服装展时，都需先交 付6万法郎的定金才可以买下第一批货。迪奥公司通过两种途径提供这 项服务。第一种是给买主提供布匹原料、扣子和其他装饰物的详细情 况，外加一位代理的地址，以便给买主随时提供指导。然后做好的衣服 就有权打上迪奥的标签。比方说，一位美国的客户从本－德尔

分店买来 一件衣服，就会发现标签上用大号字母写着"克里斯汀· 迪奥"，用小 号字母写着"本－德尔"。第二种是向制衣商提供简单图纸，他可以自由 地选择自己所需的布料和颜色。所有的设计款式都受到法国迪奥产权 的保护，而每一件从巴黎迪奥店送出去的样品都要编号注册，并附有相 应的文字说明和客户的名字。在飞机起飞之前把清单给海关检查，每季 度一次运往纽约。

第34节：美国爱情(15)

尽管采取了种种防范措施，迪奥公司仍然不能完全阻止盗版。尽管它竭尽全力规范各个代理机构，采取一系列措施保护迪奥的商标，保 护顾客免遭欺骗，然而仍无法阻止各种花样的诡计。迪奥平生最恨的就 是假货，他对这种行为非常愤慨， 没有什么比这更让人憎恶的了。拿着 速写板试图擅自入场观看展览者，都被毫不客气地请了出去。如果是香 奈儿遇到这种情况，她肯定会非常得意，她会说"时装就是用来让人模 仿的"。 迪奥却不是这样，他认为模仿即是偷窃。他曾写道："在一次 展览期间，站在屏风后面观察观众反应的负责人过来告诉我，展厅里有 一位服装制造商手拿笔记本，每出现一种服装，她就飞快地在本上画下 来。我听了非常气愤，马上离开化妆室，走到她身边，抓住她的手腕，把 她带到楼梯边。然后，我重新回到展厅，当着众人的面，把她的请柬（无 疑是通过不正当渠道得到的）和速写图撕得粉碎。我气得脸都发白了。 也许我做得太草率了点儿。不过对待剽窃者就不应该客气。" 205 迪奥一直希望与美国人在平等的基础上，按照他们的规则开展业 务。不过，与此同时，他对美国时装业的这种剽窃行为感到大伤脑筋。 "我终于相信，美国这种商业体制不仅允许，而且实际上是鼓励对别人 的艺术创造成果进行剽窃。好像根本没有什么有效的办法来制止这一行 为。"他曾经对这片自由经营的土地怀抱着极大的创业热情，而现在他觉 得自己的热情遭受了重大打击！ 他的回忆录里也记载了他与美国反托拉 斯委员会的会面。委员会曾把他召去，要他解释他的那些特许合同。迪奥 幽默地嘲弄了这种官僚作风，同时他也毫不讳言地批评了美国商业上的 虚假之风，批评了美国缺乏公平的竞争。美国自称是"商业自由的典范"， 但它通过马歇尔计划强征了"高得吓人的海关关税，这样，最终获利的只 有美国。美国好像一个自私的孩子，要允许他赢，他才参加游戏"。 尽管种种麻烦一直不断，他的牌子仍然到处可见。在开始的五年里， 迪奥公司

的营业额有一半来自新大陆，这很明显成了后来一系列事情的 跳板。1948年10月2 8日，他在纽约创建了"克里斯汀·迪奥香水公司"， 总部也设在第五大街730号。1949年，他同尤利乌斯·凯泽公司（Julius Kayser）签订了第一份"克里斯汀·迪奥女袜"生产许可合同，并且推出了 "迪奥拉玛"香水。1950年与斯特恩和梅里特公司签订合同，生产"克里 斯汀·迪奥领带和领饰"。接下来又成立了"克里斯汀·迪奥裘衣公司"和一个特别的部门"克里斯汀·迪奥发货站"（这是一个协调性质的机构，负责批发、出口和办理许可合同）。"克里斯汀·迪奥出口公司"后来也 在纽约成立了，负责帽子、手套、手提包、珠宝和领带的出口工作。与墨西 哥德耶罗百货公司签订了特许定做和成衣设计的合同。甚至与澳大利亚 公司也签订了许可证合同。1951年，在加拿大和古巴成立了克里斯汀·迪 奥出口公司、克里斯汀·迪奥裘衣公司和克里斯汀·迪奥织袜公司。然后 在1952年，在伦敦成立了"克里斯汀·迪奥模特有限公司"，并签订了一份 织袜许可合同。接下来是1953年在意大利……就这样，每年都可以看到 206 迪奥的旗子在地球上某一个新地点插上。

第35节：美国爱情(16)

美国人不太明白的是，他们的国家是经济进步的典范，他们优秀的 商业管理专家在马歇尔计划下，正向那些不太富裕的民族传授致富经 验，但为什么在服装业方面却输给了这个小小的法国公司呢？法国的服 装业在美国的其他地区也正方兴未艾。"高级成衣"的概念，为美国的 服装生产部门提供出路，而法国的服装业却反过来从美国的工作实践 中吸取灵感，以克里斯汀·迪奥公司为例，它在质量和专业技术上都胜 过美国一筹。迪奥成了商业报刊上长篇报道的人物，《妇女服装日报》 在1953年7月13日至20日期间以"迪奥的故事"为标题，连篇载文分析他 的成功。1957年，他上了《时代》周刊的封面。人们一致认为迪奥公司是 独一无二的。一些服装业专业人士，像加拿大马格宁公司采购员斯坦曼 先生，特别谈到了他们在看到迪奥时装高品质的做工时都很吃惊。"看 看一件衣服的里面就明白了，我经常告诫我车间里的姑娘们，要用爱心 去缝制衣服，要像珍宝一样对待这些衣服，每一处细节都要经过认真 的计划。"加拿大霍尔特润福的设计师艾伦诺·格雷汉姆回忆说，蒙田 大道30号慷慨地传授服装业信息。马格宁公司的另一位采购员诺曼·曹 瑟也曾高度评价迪奥的合作精神和助人方式，说迪奥经常帮助一些百 货店完成"向顾客灌输质量意识"的既定目标。这不是一场一天就能 打赢的战斗。雅克·鲁埃一直忙着在世界各地跑来跑去，帮助建立和控 制迪奥帝国庞大的分布网点。迪奥本人不论什么时候走到哪里，也都一 直小心注意各种情况，这一切都可以在他给助手的信中证实，比如，在 1948年11月份给鲁埃的信中他曾写道："当有客人询问价格时，往往要等 很久才能得到答复。我不得不向你强调一点，我们并不仅仅光顾着做衣 服就完事了。当服装生意不错而没有时间招呼顾客时，我们千万不能觉 得可以很随便地对待任何一位顾客。" 一个法国人要在美国取得成功，并非一件容易的事。迪奥的成功不 207 仅在于他的谦逊和严格的职业标准，而最重要的在于他对质

量的强调。 这些品质并不是典型的法国民族性格。使美国人对迪奥时装着迷的正 是迪奥本人。他让美国人认识到，时装有时也是一种游戏。 美国人眼中的典型的时装设计师是雅克·法思。他长得一表人才，皮肤晒得黝黑，刚来美国就自信非凡。他立下的规矩是，时装表演结束 时在他自己站起身来鼓掌之前，别人不可以鼓掌。一般的美国人不大讲 究趣味和格调，因而他们不敢与这种人接触。而正因为这个原因，进口 时装通常令人畏惧。迪奥却完全不同--他完全征服了美国人。引用古 德曼公司总裁安德鲁·古德曼的话说，迪奥"有个性、讲求实际、有事业 心"，但也"非常腼腆、好静，矜持而内敛"。同时，他有一种令人羡慕的 能力，他可以在任何场合应付自如并且能充分利用一切价值。

第36节：美国爱情(17)

对于时装界人士来说，充分利用每次展季向人们灌输"最新时装"的概念是很重要的。而迪奥是通过制造"悬念"来吸引人们注意的-- 让人们等着瞧，他的裙子的底边到底在哪里。"新风貌"时装就使用了 这个策略，女权主义者为此伸长了脖子。这简直有些"捉弄"人，但在一个商业主义气息浓厚的国家，这种"捉弄"的战略将继续发挥着作用，因为它的目的不是愚弄人们，而是让人们继续前来购买！在每一新的展 季快要来临之际，美国人心中的那种悬念又升起来，都在等着这位时装 界的"独裁者"发出最新指示。裙子的底边将提高还是放低？正如安德 鲁·古德曼所言，这成了"一种新闻噱头，使世界各地的新闻记者们又有 了谈论的话题"。一位英国时装杂志记者则不同意只把意义停留在此， 他反驳道："这真是太可笑了。我相信，像迪奥这样富有创造力的天才是 不必靠把裙子底边提高或放低一英寸来取得成功的。"他还补充说道， 一个女人只要吃饱以后再喝上几杯香槟酒，她的裙子底边自己就会向 上提高几英寸！ 208 当一个人运气不错时，他就应该坚持下去。当迪奥在1953年把裙子 提起来时，他又引发了一次公愤，使人很容易想起1947年那次在街头上 的小冲突。不过这次他有一些跟随者，包括不少发誓决不再把大腿遮盖 起来的好莱坞明星（迪奥的时装经常在电影界掀起波浪，使制片商们经 常为女演员的服装感到头痛，"担心刚完成一半的服装就过时了"）。战 事再一次挑起，反对者联合呼吁大家不要买最新的迪奥时装。报纸的 头版头条又出现了这样的醒目标题："裙子底边大论战"、"裸露的小 腿肚之战"等。1953年10月17日的《星期六晚邮报》曾愤愤不平地问道： "女士们会听迪奥先生的吗？克里斯汀·迪奥这个操纵着裙子底边的暴 君，这次规定美国妇女穿短裙。妇女们会再次屈从于他的意志吗？" 时装界真是无奇不有。到195 4年秋季，当迪奥推出他的H形裙装 时，就又压了一次赌注。卡美尔·斯诺把这种裙子称作"扁平风貌"。确 实是这么回事，胸部

变得扁平了。美国人再次奋起反抗。1954 年9月6日 的《生活》周刊封面上有这样的大标题："巴黎的扁平对丰满之战"，在 正文里有这样一段话："就连那些对时装并不感兴趣的人也加入到这次 抗议风暴中，人们认为把女性胸部抹掉、重新回到20年代平胸造型，完 全是非美国化的方式。"另有一些报刊采用了一种带有威胁性的口气： "迪奥的扁平裙装可能会让贴心朋友疏远"，"迪奥绝不能贬毁美国妇 女形象"，"电影美人们应当向迪奥的收缩政策发起攻击"，等等。 迪奥并不承认自己错了。"我只是想废除紧身胸衣。我经常听到男 士们抱怨，他们在与裹着紧身胸衣的女人跳舞时，无法感觉到紧箍下包 裹着的女人的活生生的肉体。"（引自1953年8月10日的《时代》周刊）不 过这一次，他确实也太没谱了！ 美国公众以毫不客气的口吻一致反对。

第37节：美国爱情(18)

一位胸脯特别丰满的电视明星达格玛在1954年8月9日的《时代》周刊上 声称："坦率地说，亲爱的，您造的那玩意儿还是不能把我压平下去。" 马龙·白兰度当初就因为反对"新风貌"而说出了这句名言："突出妇女 209 的臀部就像把假乳罩套在母牛身上！"这次他又大胆宣称："任何想穿 这种扁平衣服的姑娘都应该去检查一下她的胸部！" 在这种情况下，迪奥尽量避免抛头露面。苏珊娜说："克里斯汀以 诺曼人特有的谨慎态度，竭力为自己找到一点私人的空间。要请他出来 吃一顿饭是很不容易的。"他不喜欢有记者来采访，遇到这种情况时， 他总是像羞于见人的蜗牛一样，匆忙退回到他的壳里。当1955年CBS对 他进行专访时，面对镜头他既笨拙又紧张。为了度过这种难以忍受的折 磨，他就像那次在达拉斯一样，幽默地回答记者们提出的问题。当被问 到："今年妇女们会穿什么？"他逗趣地回答说："今年妇女们会在肩膀 上穿大腿（他推出的"鸡腿式"衣袖顶部宽肘部窄）。"他希望把记者们 逗乐，而不是让他们感到无聊。他认为，"一个笑话总是最起作用的"。 因为迪奥不愿接受记者采访，他的公关部经常为此感到犯难。连苏 珊娜也不知道怎么才能说服他。安排一次记者采访就像组织一次马拉 松比赛或越野赛马，不知道会有什么样的结果，只能全凭运气。 苏珊娜记得有一次一群巴西记者来到蒙田大道要求采访迪奥。她鼓 足勇气，走上楼梯来到迪奥的设计室，心里面一直在盘算各种理由来说 服主人与他们谈谈。迪奥的回答直截了当："可以，只要我们都用葡萄牙 语交谈。"这就是迪奥的风格，他要让别人明白：这不能怪他，而要怪其 他方面的原因。还有一次，《幸福》杂志的一位记者经历了一件更为难堪 的事情。迪奥不仅接受了他的采访，而且允许他去自己的家中进行采访。 让他十分惊愕的是，迪奥在浴室里接见他，而且是一丝不挂地躺在浴缸 里！ 甚至还允许他拍照--当然，是一张羞于见人的照片。迪奥喜欢开 这种玩笑，他不止一次地使用过浴室

战 .。在美国辛辛那提的一次冗长 的招待会上，当一群崇拜者围住他不放，问他设计的那些衣服是从什么 地方得到灵感的，他回答说："浴室里，女士。在我的浴室里。" 210 公众对迪奥的反应是空前的热烈。从来没有一位服装设计师这么 出名。自从沃尔特·温切尔1948年在收音机里宣布"本年度的浪漫之情 是在《哈泼芭莎》的卡梅尔·斯诺和克里斯汀·迪奥之间"（这番话的结 果是斯诺收到了一束玫瑰，上面放着一张卡片，写着"送给我的爱人"） 以后，迪奥很长时间成了美国新闻界的宠儿。仅仅在美国新闻界，迪奥 的名字一个月就要被提到1200到1400次。 他的名字在全世界也引起了类似的反响。拉梅拉在负责迪奥香水店 前曾在加拉加斯负责创办迪奥服装店，他还记得迪奥公司1953年在委 内瑞拉开业时所取得的非凡成功。"迪奥到来时，闪光灯不断闪烁，人 们站起来鼓掌长达15分钟。对他来说，这显然是一个伟大的时刻。" 每次迪奥时装展来到一个新的国家时，迪奥都要以这个国家来命 名一件衣服，以此对东道主的热情款待表示感谢。然而有一天，由于日 程安排得太紧，大家忘记了将在古巴展览时命名为"哈瓦那"的那件衣 服的名称换成下一站"圣多明各"的名字。 当时，古巴与多米尼加共和国的关系恰好处在最低谷时期，因此， 当那件衣服展出时，所有的眼睛都尴尬地转向正坐在观众席里的多米 尼加总统特鲁希略（Rafael Trujilloy Molina）和他的妻子身上。有那么 一瞬间，人们都以为总统会马上站起身离开。一场外交事件最终幸运地 得以避免，随后迪奥赶紧向总统传送了一封道歉电报。 "迪奥是一位了不起的国际关系专家，时装界的怪杰。"《时代》周 刊曾在封面文章里这样评价这位伟大的服装设计师。他无疑搅乱了平 静的时装界。远在巴黎的同行们如巴伦西亚加还在固守着他们的堡垒， 把时装界看成一座神圣的殿堂，对迪奥的做法不以为然。不过，时装也 许到了该从象牙塔里走下来，并适应现代世界需要的时候了。虽然目前 还一切平静，但同行业的其他人，已经开始对这位勇猛无敌的斗士做出 回应了。_

第38节：微笑的礼服(1)

微笑的礼服 迪奥就像是挂在墙上的一幅壮美的图画。 --伊夫·圣·洛朗（Yves Saint Laurent） 迪奥陷入了必须永远不断改变自己的旋涡中。 --马克·博昂（Marc Bohan） 每天中午之前，在蒙田大道你根本看不到米查·布里卡尔（Mitzah Bricard）。她拥有让人无法解释的魅力，母狮子般的魅惑使得男人们羞 愧却无法自已地被吸引。这种莫名其妙的魅力惹恼了其他女人，她们看 不起她，实际上是羞于承认这种感情是嫉妒。嫉妒她的能力、嫉妒她的 努力、嫉妒她的予取予求，想得到什么就能得到什么、嫉妒她无论犯了 什么错都能无条件地被原谅。 她总是戴着头巾、珍珠项链，脚蹬细高跟鞋。她从不穿休闲装，总是 打扮得华丽隆重。她只出现在三个地方：家里、里兹大饭店和迪奥公司。 她是谜一样的女人，身边总是围绕着一群同样神秘的人，俄国的公主或 者是令人艳羡的亿万富翁。她的童年是在罗马尼亚度过的，也许是在英国，人们猜测她有奥地利血统。据说她曾参加裸体戏剧表演，并一度为巴 伦西亚加（Balenciaga）和莫利诺埃（Molyneux）工作过。可是真实的情 况谁又知道呢？她如此神秘，没人知道她从哪里来。她简直是超现实的 存在，每日必须忍受生活乏味与琐碎的平凡人，简直无法用任何方式揣 测她的任何状态。无法想象她也会饥饿、她也会困倦，更无法想象她早 上起来，素颜的脸上被压出皱纹。她就是那种即便在倾盆大雨中也能轻 松甩开身上滴落的雨滴、即便站在狂风中也不会有一丝乱发的女人。 她天生创意无限，就像会法术一样。"给我几根稻草"，于是变出了 一顶帽子。她能轻松地为套装配上恰如其分的配饰--可能是项圈形的 高直领，或者是在脖子上随意地围上一块雪纺纱围巾，给整套服装带来 柔美的感觉。她能轻而易举地打造亮点，正如她总是系在手腕上的经典 豹纹的小丝巾，成为她独树一帜的风格（这条丝巾本来是为了掩饰手腕 上的伤疤，不过她就是能将任何东西都变成极具时尚感的演绎）。 迪奥简直无法离开米查·布里卡

尔。当他听到有人抱怨米查的架 子大时，他这样回答："你愿意看到她离开迪奥去另一家高级女装公司 吗？我想我还是更愿意把她留在这里。"正如迪奥的设计师需要神奇 的剪刀来裁剪出诱人魅惑的裙子一样，迪奥需要米查。她那活生生的 形象，永远不变却又风格多变。"她是迪奥的舞蹈家和情人，"亚历山 大·利伯曼（Alexander Liberman）回忆道，"她走动时，丝绸裙子发出的 沙沙声，她的姿态，她的珍珠项链，她对事物的看法和对虚无的观感， 简直无与伦比。她就是诱惑女神的化身。" 米查·布里卡尔就是迪奥的生命线，是他的缪斯女神，是他对理想 中的女性形象的直接来源。迪奥童年时看到的女性，那些离开他时"他 分明记得她们的香水味道，她们离去后，香水的余香仍然在电梯里徘 徊不散，比如今的香水持久得多。身体包裹在皮毛大衣里，姿态仿如博 蒂尼（20世纪初出生于意大利的时尚画家）笔下的人物，头戴极乐鸟羽 236 饰，脖子上是琥珀项链"……那时候，居住在慕特堡的迪奥的邻居是一 位女侯爵，她在电梯间里留下的浓重的香水味道使得童年的迪奥"内心 充满了异乎寻常的激情"。

第39节：微笑的礼服(2)

米查就是普鲁斯特笔下的奥黛特，是交际花兰梅小姐和大胆轻浮的加比·德丽兹的合体，甚至超越任何一位。［她们都是塞西尔·比顿描述过的20世纪初的"快餐女人"。］正如迪奥在塞西尔·比顿的《时尚的镜子》法文版的序中所写的那样："她是优雅时刻的象征，为自己在永恒上赢得了一席之地。"仿佛是为了证实自己的话，迪奥接下来援引了 比顿关于维奥莱特的故事。她是勒特兰公爵夫人，黛安娜·库珀（Diana Cooper）小姐的母亲，她给女儿们提供的榜样是非常迷人的意大利歌剧 红伶莉娜·卡瓦列里（Lina Cavalieri）。她曾经在烟草工厂工作过，但是 正如比顿所说："她的个人魔力就是一个活生生的例子，证明了卓越的 自然天赋如何使得出身并不显赫的人能够脱颖而出。" 米查·布里卡尔就是天赐奇才。她就是迪奥行走的博物馆。即便她 不曾存在，迪奥也会发明出一个米查来。这张脸带着流芳百世的侧面线 条，犹如埃及艳后克利奥帕特拉，有种虚张声势的强硬，这种强硬存在 于她的个性中，如此强烈以至于没有人敢当面与她对抗。在迪奥和他的 女神之间，不需要言语。他们俩来自于同样的精神世界，同样拥有难以 置信的过往，在那里他们都不必受现实的束缚。米查表现得活灵活现， 有血有肉，迪奥就敢照此创造出同样的形象，从而自由重现往日时光。 "你有喜欢的花店吗？"斯坦利·马库斯（Stanley Marcus）曾经有 一次问这位蛮横且骇人听闻的女士，希望能为她的某次帮忙表示感谢。 "当然有了，"她回答道，"卡地亚。" 像米查这样的人，早早就一劳永逸地想明白了自己的梦想世界比现 实世界要好得多，在梦想世界里，什么事情都没有界限，任何事情都被 允许。克里斯汀·迪奥对待生活有类似的自由主义态度。迪奥的母亲已 237 经去世，她野心勃勃，与迪奥的关系其实甚为疏离，她注重外表更甚于 关注情感。而迪奥在心里重新塑造了一个母亲的形象，这一举动，如同我们大多数人在生命里曾经做过的那样，以当下的视角重塑过往，以

适 应自己现在的生存状态而不是真实的从前。他沉溺于自己创造的童年平 和欢畅的田园时光，那天天都是盛大的狂欢派对的失落天堂。其他的不 值一提。一切都已经烟消云散，归于尘土。存留下来的唯有奇妙土地上 的花园，格朗维尔的假期，亚麻布的清新味道，和与母亲在一起时偷得 的温柔时光--不管实际上她是多么的吝于给予。 迪奥是一个恭顺的孩子，他从来不曾想过有一天他会被允许设计 服装。他的父母讨厌这样的行当，而他为了取悦父母，也决不会忤逆他 们的意思。在家族族谱中出现一位服装设计师，这将被视为极大的耻 辱。但是随着玛德琳的去世，迪奥终于从内疚的挣扎中挣脱出来。在给 予母亲最大敬意的同时，迪奥开始尝试为自己的梦想努力奋斗，他知道 母亲如果在世，是无论如何都不会允许他做这样的事情，心中希求能够 得到她的原谅。在迪奥的内心深处，灵魂内里，他的母亲玛德琳·迪奥 无所不在。在迪奥渴慕过往记忆的日子里，母亲存在于在他面前展开的 每一寸布料里。母亲既是迪奥的批评者也是他灵感和动力的来源。 迪奥的工作与个人生活之间的奇妙关联，使得迪奥与他设计的服装 之间的关系非常亲密。的确是非常不同寻常的亲密关系！打个比方，好 似一场爱情，一场设计师与他的作品之间的爱情故事，这场故事跌宕起伏，层次分明，仿佛两个人的恋爱一般。当迪奥为他的第一个设计饱受 折磨的时候，他常常扮演这样的角色：一位"时而焦虑时而自豪，时而 冷漠时而充满激情而敏感脆弱的父亲"，思筹着"我的梦想之子到底会 是什么样子"？这一刻，迪奥自年少以来长久希冀的梦想成真了，他最终 成为领袖，可以领导多年来向他发号施令的人。他对自己设计的长裙着 了迷，"我设计的这些服装占据了我全部的身心，在它们成型前就占据 238 了我的心，在它们成型后依然占据着我的心！我生命里的一切都围绕着 这些服装在转。"这对于精神分析学家来说一定是让人着迷的例子。这 简直就是一个爱情故事，想象力的骏马脱了缰驰骋，把自己创造的东西 化为活生生的人，并爱上她！ 在迪奥的概念里，一个女装设计师的创造力"堪比写诗的创造 力"。他坦言道："我

的生命里的每一天都在准备系列作品的推出。这期 间我会愉悦，甚至沮丧和绝望。而在创作的间歇时刻，虽然假期气氛愉 悦，但是对我来说却显得厌烦地漫长。当展示室空了的时候，我的思想 就随着那些衣服迷失了。有谁知道明天商店里会摆放其中的哪几件衣 服？在这期间，他们被存放在衣橱里，如同一场轻易取得的胜利一般被 人遗忘了。这时，我会在它们面前坐下，一直盯着它们看，从我内心深处 深深地感激它们。"

第40节：微笑的礼服(3)

迪奥丰富的想象力也许会对迪奥执掌时装帝国产生负面的影响，然而他却从来不曾迷失方向。所有的套装和礼服都是"辛苦劳作"的成果，没有一件不是出自迪奥头脑风暴的结果。"高级女装的时尚风潮转瞬即逝，作为一种艺术表达形式，它好比建筑或者油画。但即便这是女 装的首要目标，也只有剪裁和缝制得精致完美无缺的系列女装才能被 视为成功。" 怀揣着这样的原则，迪奥组织起一支团队担负如下功能：设计理 念、技术细节以及强大的组织功能。这几种不同角色分别对应着三位迪 奥非常倚重的"仙女教母"。当米查完成了她的设计构思部分，工作室负 责人仙女玛格丽特·卡勒（Marguerite Carré）就会接手过来，调整理论 上的理想状态与实际操作时的紧张关系。玛格丽特是一位富有激情的 完美主义者，对她的手艺抱以理想主义态度。 她熟知这个领域的一切 技术：从剪裁到缝制，以及如何把衣服制成需要的褶皱。她能根据员工 239 的个人能力差异分派不同任务。她能创造奇迹，可以把颈部线条设计得 犹如瀑布般顺滑流畅。还能把层层裙角荷叶边皱褶转化成一群飞燕。 有时还会故意弄出一道长长的皱褶，仿佛鞭子抽过的痕迹。 至于第三位，行政仙女雷蒙德·泽纳克夫人（Raymonde Zehnacker）， 她是迪奥内阁的领袖。她的任务是监管生产过程，订购布料和其他重 要的供给品，接收并传达老板的指令，保证下属员工执行指令，保证各 个部门间的讯息交流和传递，确保整个集团的运行顺畅，按时完成任务。 不必介入细节，泽纳克夫人的管理系统是建立在信任的基础之上。她 浑身上下总是洋溢着一股奢华的力量，毫无疑问这与她的故乡在法国阿 尔萨斯有关，而她蓝色的眼眸中的暖意又使得这位夫人的整体感觉柔 和起来。当然她的身上也有谜一般的气质，但是她友善的语调和温和 的言谈举止反射出了他的老板迪奥的优雅做派和外交手腕，而迪奥本 人也是相当欣赏这位夫人，总是充满感情地称之为"我的小星星"或 者恭敬地称之为"另一个我自己"。

泽纳克夫人还能够为迪奥阻挡不友 好的冒犯，同时也能充分利用一切对迪奥有利或者愉悦的机会来宣传。 像迪奥这样的权威人士，他的日程表总是排得满满，这就需要泽纳克 夫人为他在私人生活和公众领域做出微妙有效的平衡。一切都出于两 人彼此的信任。雷蒙德·泽纳克夫人能够漂亮地解决难题，保守秘密， 有时还帮助迪奥安排与极具魅力的年轻人或者才华横溢的设计师的秘 密会面。作为中间人，她小心谨慎地引导客人从"凡尔赛大厅"的秘 密通道离开。在饭桌上，她还是唯一一个可以任意批评迪奥的人。她 掌握着是否给迪奥递送甜食的权力，迪奥喜爱甜食，但是出于身体健 康原因，不能让他过多享用。残酷的命运最终还是就在迪奥的窗子底 下--法兰西斯一世路上开了一家著名的富凯派蒂斯蛋糕店，窗口飘出 的诱惑香气时时折磨着迪奥。 泽纳克夫人是非官方的"内务总管"，由她搜集各种信息是蒙田大 240 道日常生活的一部分。她来决定把哪些信息传达给迪奥。这些年来洋溢的幸福家庭气氛也并非毫无矛盾冲突，因为高级女装界其实是一个是非颇多的圈子。负责更衣室的琳泽勒夫人，总是埋怨米纳西安夫人非要 到最后一刻才要这要那。米纳西安夫人（美得令人眩晕的白肤金发碧眼 的尤物，迪奥在出国的时候总是陪同在身边，尤其是去美国的时候，因 为她说得一口流利地道的英文）一看到莱瓦切夫人就浑身不自在。苏珊 娜（Suzanne Luling）一贯贤明谨慎，可是碰到恩格尔夫人就不行了，而 恩格尔夫人……诸如此类。迪奥就是在这些奇妙而不可思议的人物之间 熟练地斡旋平衡，在他的领导智慧中，他平等对待所有的人，将这些非 凡女子统统称为他最亲爱的。

第41节：微笑的礼服(4)

特别的日子终于到来了。这天，同事间所有的小龌龊都放在一边； 这天，克里斯汀·迪奥的无上权威毫无保留地显露；这天，就是服装发 表会排演的日子。房间四周环绕着豪华沙龙庄重的装饰，屋顶高悬水晶 吊灯，四壁挂起镶着金边的镜子。在特里亚农宫式的灰色墙壁之间，迪 奥把工作人员召集到这神圣的处所，这种氛围恰似某种秘密社团将要 举行仪式。预演并未对外发放请柬，事实上，连排演室的大门都用巨大 的白色帷幕紧紧裹起，防止窥视，就是连公司内部其他人也不允许惊鸿 一瞥。 你简直无法想象，不会有任何时刻可以与此时的氛围相媲美。仿佛 教堂里虔诚教徒的静默，又像是音乐会开场帷幕拉开前，观众在无限 期盼中的安静。庄严的沉默，偶尔会被沙沙的声音、低声耳语和轻柔地 拖动椅子的声音所打破。椅子排成两行，克里斯汀·迪奥的位置在正中 间，他标志性的帆布袋子就挂在正中的椅子上。紧挨着迪奥位置的凳子 上，放着两卷厚厚的纸，还有六支削得尖尖的铅笔，末端带有灰色的橡 皮。然而如果一部照相机能够秘密潜入拍摄这间屋子的话，它的镜头必 241 将无法抗拒地聚焦在那把特别的椅子上，在此流连徘徊，甚至会暂时忘 记拍摄屋子中的主要景物--整排的椅子。因为那把椅子上现在放着 的东西实在让人太好奇了-- 一把镶嵌金环把手的手杖。 这间屋子已经拥有皇宫房间里的一切。聚集在此虔诚地等候君主 出现的，是迪奥三位最忠心的同伴：总是充满无限精力的玛格丽特·卡 勒，她的脸色奇迹般地呈现玫瑰红色（在如此高度劳累的状况下居然还 能呈现如此面色）；穿着基本款式的米查·布里卡尔，她的气势今天看 起来比往常更吓人；和雷蒙德·泽纳克夫人，她凝视的眼光让人捉摸不 透，手上抱着一捆厚厚的纸和笔记本。我们知道迪奥总是对历史人物非 常着迷，加上此时此地的庄重情景，不禁让我们忍不住将这三位女子比 作科尔伯特、蓬巴杜夫人和马萨林，她们是光荣的凡尔赛时代的权势女 子。事实上，这一比拟出自音乐家亨利·索

格（Henri Sauguet）的描述， 他作为特殊嘉宾参加了这次服装发表会的排演，既惊讶又兴奋地发现 他的老朋友如此沉迷于一切宫廷仪式。在这三巨头旁边落座的，是所有工作室的创作团队人员。他们之 中，有很多新鲜面孔的助理。这些新人年年不同，其中曾经包含安德 烈·莱瓦瑟（André Levasseur）、贾斯顿·贝士洛（Gaston Berthelot）和 弗雷德里克·卡斯（Frédéric Castet）。他们都在迪奥公司迈出了时装设 计的第一步，更有很多人后来沿着主人的脚印，开创了自己精彩的职业 生涯。比如伊夫·圣·洛朗，于1955年6月来到迪奥公司工作，其后不 久， 让·路易·雪莱（Jean-Louis Scherrer）也加入了迪奥。这里可不要 遗漏 掉学徒们，英俊的克劳德·里卡德（Claude Licard）负责所有的针 织品 产品，还有小小灰姑娘安－玛丽（Anne-Marie Mugnoz），负责 在工作室 折叠整理服装（她是亨利·索格的侄女，此时在迪奥公司非常 低调，后 来在伊夫·圣·洛朗的领导下，接替了雷蒙德·泽纳克夫人的位 置，成为 工作室的领导）。最后还有皮埃尔·坡－莱卡（Pierre Per-Leica）。他简 242 直是当代的安德烈·奥斯汀或者威利·梅沃尔，独一 无二的摄影师。公 司的一些资深成员，比如苏珊娜（当然手指上不能 夹着烟）和琳泽勒夫 人、海伦娜·莱瓦切、让－克劳德·多纳蒂，换句 话说就是整个公关部， 再加上鞋靴设计师罗杰·维威耶和高效率的米歇 尔·布洛斯基也都在 内。最后出场的是两位管理主管--迪奥巴黎的领导 雅克·夏斯泰尔和 迪奥国际的全球授权生意主管雅克·鲁埃。对他们来 说，排演的日子也 是节日。

第42节：微笑的礼服(5)

有多少张椅子，就有多少位来宾。或者说，"这里给每个人都准备了 位置，每个人也都在他们的位置上"。正如出自荷兰大师手笔的17世纪 油画一样，每个人根据自己的等级和分工落座，屋子里充满了此情此景 必要的庄严感。这是一幅过去时代的画面，在今天的观众看来可能会有 陌生的感觉，但是这幅画面散发出自然而然的贵族气，每个人脸上的神 情都让你觉得，没人觉得自己比身边的其他人更重要或者更不重要，每 个人都按照自己的角色扮演了对迪奥最重要的人物。 这时，迪奥走了进来。他带着柔情走进来，没有丝毫的矫揉造作。 他微笑着，与人握手，轻轻亲吻女士的脸颊。同样，他还是在日装上罩 上了一件大衣，他坐下，把金色手柄的手杖拿在手里。现在是晚上8点钟，排演开始了。没有人知道排演什么时候才会结束，毫无疑问会非常 晚--凌晨1点或者2点钟。 一个声音响起来："先生，请看模特。"模特出现了，大步走向前，做 一个半转身，然后就在扶手椅的前面站住。"帽子搭配错了，"迪奥说， "我们需要另外一顶……哪一顶呢？" 坐在迪奥右边的米查·布里卡尔竭尽所能向迪奥提供答案。在玛格 丽特等候她发挥部分的时候，雷蒙德·泽纳克夫人飞快地在那一大沓纸 上记录下迪奥对这身衣服提出的所有修改细节。安德烈·莱瓦瑟则飞快 地画出衣服的速写草图。 243 "下一位模特，先生！"在第二位模特出场之前，同一位穿着白色 大衣的人高声宣布。紧接着他又说到："旧金山。"模特走近迪奥的椅 子。迪奥手中那根神奇的魔棒四处舞动，指指这，改改那，对眼前的服 装进行着改良指点。"我们需要一朵更大的花！……你的手里拿的那个 小东西是什么？让我们试试看……嗯，把那个给我。不！得了亲爱的！" 羽毛和花朵，皮带和手套，扣子，饰品和雨伞。小小手推车上高高 堆起的衣服和佩饰，是一幅让人无限遐思的画面。仿佛是一场东方奇珍 异宝的猎奇。五颜六色的色彩的堆砌，奇异的东方情结油然而生。现场 的气氛达到了白热化，却仍然节

制，如同在优雅和绝佳品位的祭坛上进 行的神秘崇拜仪式。 有些女士礼服没法采纳为最终产品。米查亲自上阵，与她一并做修 正的还有特别负责那件礼服的工作室的领导和监督者。于是出现了一小 把别针，一只手在布料下面游移，将肩部线条略微提升……已经被吓呆 的模特这时候就仿佛变成了一个蜡人，在飞速游移的手离开衣服之前 完全不敢呼吸。米查和工作室的领导在完成后又后退一步检视劳动成 果，微笑又再度出现在每个人的脸上。克里斯汀·迪奥表示赞同但是还 不是非常满意。有些地方还是不对劲。模特又转了一个身。迪奥示意她 停下，他站了起来。是上衣系起的方法不对。 他动手弄乱轻柔的印花雪纺，他的手灵巧、敏捷，完全知道在寻找什么……就像一位园丁完全知 道应当如何伺弄他的花床。 那根神奇的手杖又划出奇妙的弧线。有些服装只需要略微改动就 可以通过，将腰线稍微提升一点、或者去掉一些褶皱。但是有些服装将 要在泪水中送去打包。就连迪奥手中的魔力节杖也无法拯救它们。这 时，迪奥拿起了他的铅笔。 玛格丽特紧靠在他身边看着。她的任务复杂而重大，要将主人的原 始草图、大胆构思，加上他紧张焦虑、反复无常的想法翻译给大家听。

第43节：微笑的礼服(6)

244 这些感情和精神如此剧烈，员工们常常无法领会，必须借由玛格丽特的 解释，将技术指示传达给工作室里的员工。她的神圣职能就是保证主 人的原始意图准确无误地传达下去。 "我清楚无误地表达了您的意思吧，先生？"每一次模特穿着一套 服装出现在迪奥面前的时候，玛格丽特都会这样问迪奥，带着崇敬的语 气。 如果工作室没有成功展现原始的意图，那么得到的回答就总是一 样的："你的衣服并没能达到我的预期效果！" 这样紧张的时刻总是在静默中爆发，此时，连一根针掉在地上都听 得清清楚楚。每个人的神经都高度集中和紧张，仿佛都在试图帮助迪奥 集中他的注意力，以便拿出最好的改进方案。迪奥向身边的观众询问， 但是没有人回答。他们知道，迪奥的问题并不需要他们回答，这样只是 他发出声音的一种思考方法罢了。房间里热得要命，但是没有人敢抱怨。 ""抱怨"这个词，在迪奥的字典里，永远都不存在。"苏珊娜·卢林写 道。接下来，迪奥马上发出一连串指示，密集而迅速。"快点……坐下 来。不要着急，我们会让你拿一把黑色的伞。"当迪奥挥洒神来之笔，房 间里就会出现狂喜的片刻，大家的佩服和惊呼声"这实在是太聪明了" 不绝于耳。 "他就是一位圣者，"正如亨利·索格评价的那样，"你无法仅仅通 过运气或者光凭想象就能达到迪奥那样的事业成功。但是无论如何， 美轮美奂的服装的确出自设计师的想象力……迪奥恰巧拥有达·芬奇那 样的超能想象力！" 如同国王路易十四所说："朕即国家。"那时，迪奥就是时尚世界的终极点。巴黎就是优雅品位的代名词。当然，迪奥对于高级女士时装 的看法，也决定了他采用如此强制、不变的模式来发展他的事业。同时 245 这也是迪奥表达对于过往法国辉煌历史的热爱与眷恋之情的方式，他 试图在新世纪复兴路易十四大帝的金色岁月。这是民族精神的复兴，也 是凡尔赛审美情趣的复兴，迪奥始终牢记那个法国国王横扫欧洲的时 代。只是这次，要通过一位法国女装设计师，重新确立法

国文化在全球 的超级地位。对塞西尔·比顿来说，法国就是"逝去的伟大君主关于生 活的一场艺术"，但是他们留下的遗产让全世界都受益。这当然就是塞 西尔·比顿宣称"我们都是法国人"时所感受到的。他继续阐述道，在法 国，连最卑微的搬运工人或者门童"都以各种方式崇敬美，可能正是由 于这一原因，50 0 0万的法国人才能在少数艺术的优雅与完美上保持长 久的领先地位，并将它们发展到无与伦比的绝佳程度"。 同样值得赞扬的，当然还有法国人的创造力。克里斯汀·迪奥突破 旧有模式，全心致力于通过品牌营销成就极具野心的商业策略，这一 做法实施得几近完美。每一个系列都是这个时装帝国皇冠上的璀璨宝 石，荣耀百代。它们承载着法国人对美的诠释，散布到世界各地的每个 角落，通过令人兴奋和奇迹般的时装秀，通过那些无论是在悉尼还是在 蒙得维的亚（乌拉圭首都）都如雷贯耳的超级名模，比如维多利亚、阿 乐、法兰西、蕾尼， 在全球遍传"福音"。不仅如此，每年，上百的迪奥的 买家和授权人必到蒙田大道朝圣迪奥创造的时尚，迪奥通过巴黎系列 向他们传达着激情、灵感和动力。因此对于迪奥来说，每季的系列产品 都是一种沟通交流的手段，不仅是应用于外部沟通，也用于内部沟通。

第44节：微笑的礼服(7)

使系列取得巨大成功的，是迪奥个人对于品牌注入的超凡魔力，这是属 于另一个未来世纪的魔力，这种魔力滋润着整个蒙田大道和它的缔造 者，当然还归功于迪奥团队无私的献身精神和不知疲倦的不懈努力。在 这些忠心的员工中，没人会计算为公司做了多少辛苦工作以达成伟大的 迪奥，他们总是满怀激情地调动起简直无穷无尽的资源和能量，使得迪 奥能够完美实现他的商业构想以及版权授权计划。权威、与同志的情谊 246 和奢侈，三者共同为迪奥创造了追求绝对真理的完美环境，或者如塞西 尔·比顿所说的，创造了一个"时尚，即便如此转瞬即逝，最终能永恒地 与艺术一起笑到最后"的机会。 然而，迪奥曾经说过，有品位这回事意味着有他的品位。他很清楚， 高级女装业其实是集众人之力才能取得的成功。每一件最后成功离开 蒙田大道的服装都带着十几位创造者双手的余温。迪奥对于工作室的 设计师和学徒总是带着最大的尊重和关怀，百分之百地承认他们的手 艺在作品中的重要性。他曾经写道："在布料中上下翻飞的手指，拿着针 从正面刺穿布料，或者停下来进行缝合……正是这些正在工作的手，创 造了明日的时尚。""人类之手中的无价之宝。经由这些神奇的手缝制 的衣服是机器制造远远无法匹及的，它们是生活之诗。"这些手饱含着 "人类最重要的本质，无法复制的灵魂，给人们带来一件唯一而极富原 创精神的伟大艺术品"。 想想吧，这样的艺术品一年只出产250件。在整个巴黎，最多有500 名迪奥的客户，成功的款式可能能卖出60件--最成功的一款曾经卖出 284件。这些统计数字来自雅克·鲁埃，正是他指出，花费在每一件衣服 上的时间是80小时。 财务经理简直无法想象会有像克里斯汀·迪奥公司这样在设计上花 费如此之多时间的公司存在。这位伟大的设计师与他的工作合二为一， 如同一位国王永远不会将他的王冠取下旁置，或者一位牧师永远也不 会脱掉他的法衣。在今天高度强调视觉享受的时代看来，当时迪奥创造 的一系列的工作仿如今日

的电影导演。以这样的高度来思索和统筹，迪 奥从来都不会失去他的理论视野，就算在他忙着构思新的设计的时候 也是一样。 与时装发表会的预演一样，每一个系列推出之前都要经过一系列 247 的仪式手续，这一过程要花费掉迪奥和他的团队整整6个月的时间。一 件华美的礼服的出品，是一系列痛苦酝酿的成果，从早期的构思阶段， 到与技术人员不断碰撞出新的火花，到灵感闪现设计成熟。服装本身就 是时尚的终极表达，也是缔造者自我的表达，其流程精确得有如教会 礼拜时间表。在这个连续的阶段中，迪奥都会详尽描述所有细节，带出 下一步设计工作的指示，创造出新的时尚。其中，有一段特殊的庄严阶 段--当迪奥要消失两个星期潜心准备设计草图的时候。 这时，他仿佛与世隔绝，凭空消失了一般。只邀请他最亲密的同事 造访他。比如贾斯顿·贝士洛、安德烈·莱瓦瑟和弗雷德里克·卡斯，当 然还有雷蒙德·泽纳克夫人。在最初的几天里，当迪奥陷入一种"缭画 草图的狂乱状态--他的绘图板上都印上了深深浅浅的笔迹划痕"的 时候，这些人就安静地躲在自己的角落里，也在画草图构思，不敢去打 扰迪奥。在这个阶段，所有图画无异于难以辨认的象形文字，10 0 0条 线也勾画不出明显的形状；成打成打的图像也看不出头绪。逐渐地，思 路开始成型。接下来就到了决定性的时刻，那个著名而熟知的夜晚，当 主人带着仪式般的庄严语气通知他的信徒们："你们明天不会看到我 了……" 接下来的大约3天时间里，迪奥都不会离开他的房间。仆人会用托盘把每餐送上去。他甚至都不刮胡子了。但是弗雷德里克·卡斯记得，"也 就有个三四天，新系列的设计就石破天惊而出。"当迪奥完成设计，他会 再度现身，身陷成堆的设计草图纸之中。这个时候，按照惯例，都是雷蒙 德·泽纳克夫人第一个进入他的房间。房间地上到处散落着设计图纸， 无法形容的混乱，草图上完成了各种形态的设计图，仿佛迪奥的创造狂 热造访过画纸后，它们还在嘶嘶地冒着热气。雷蒙德·泽纳克夫人拾起 每张设计图并仔细分类，迪奥此时会冲下楼去见他

的助手们，经过3天 废寝忘食的设计工作后，他突然变得非常急切地想知道他们在他不在的 248 时候设计进展到了什么程度。

第45节：微笑的礼服(8)

与世隔绝的狂乱状态的作用，用迪奥自己的话来说，就是在等待一 个瞬间，"突然间，我灵光一现。我其中一张草图突然给了我灵感的火 花。"于是就会兴奋异常，他终于可以在他涂鸦的设计图和线条中看到 一件礼服完美呈现出来。"就是这样，没错，就是这样，就是它了。"这 是一个全新的女性形象。创意之门打开，一切都昭然若揭。一个念头带 出另一个念头，充满感情的一张草图能够激发画出整个一个系列的所 有款式，他会回头开始观察是什么元素和想法推动了他完成这一组设 计。迪奥花费了大量时间，激发自己的潜意识，以塑造一种条件反射式 的机制，以魔法般的手法重现历史。虽然他回溯历史寻找灵感，但是并 不意味着他的设计是老一套。他所设计的服装，他最终孕育出生的婴 儿，可不仅仅是在上一年的基础上对时尚的又一贡献。 接下来，在服装创意过程中的下一个阶段，就是从神圣的草图选择 过渡到伤透脑筋的样衣展示，每个工作室将设计图用轻帆布布料制作 出衣服的样板。接下来就是正式的生产过程了。初期的试衣阶段过后， 每件衣服都被送返工作室，这时的衣服上到处别满别针，衣服上画满 红色的线，乱七八糟，完全认不出来原来的样子。最后，一堆模特穿着 这种布满别针和红线的"签名套装"展示过后，下一个系列的主题将最 终敲定。在接下来的工作阶段，所有可能会列入本季正式生产的系列服 装的薄麻布样衣都被挑选出来，备案，并起了一系列名字：比如"情人"、 "绒球"、"蓝色星球"或者"艳遇"。挑选175名到200名左右的模特参 加最后的服装秀，是一个需要精湛技巧的工作。对于和谐的追求不得 不与多样化的需求相平衡，在世界各地不同的女性拥有不同的品位和 要求，这些都要考虑在内。有的服装无论怎样都会卖出，有的在展示时 会因特别精彩而被掌声打断，这两者之间要清楚划分。还有些服装势必 成为热门，但是可能无法作为本季的产品推出，就有可能在下一季中出 249 现。每个系列中都有一件红色的衣服，那

是迪奥的幸运色。还有许多黑 色的衣服，"黑色具有完全的强调效果，因而是最优雅的颜色"。 试衣阶段后就是发布会排演，好日子终于来了。到了最后，一切不 再回头，彩排的日子近在咫尺。不再有拖延、悔恨和泪水。审判日将一 锤定音。迪奥，这位伟大的设计师决定坚定行事，绝不怜悯。"只有我不 曾妥协，我才能对自己满意。"迪奥解释道。 想要把观众留在秀场，让他们如同中了魔咒一般定定地自始至终观 看长达2个多小时的时装表演，既没有角色也没有情节，实在是一门不 简单的技艺。这是一场不折不扣的盛大表演，一场抢夺眼球的盛宴。华 美的长裙在台上目不暇接地闪现，夺人呼吸，激动人心，如同被魔杖点 过一般闪耀光芒，带领观众到另一个迷人境界，轻撩和弦，一片光鲜而 芳香的氛围。新系列推出的前一天晚上，在最后检视那些华美的长裙的 时候，迪奥会特别要求一些特殊朋友来到工作室，陪在他的身边。他需 要朋友们围绕着他，在这场巨大"战役"打响之前，他需要朋友们的温 暖和友情。这些新系列产品对于迪奥来说是多么的重要，亚历山大·利 伯曼对此仍然记忆犹新。"那是他的盛大表演。"他说。还是这些朋友， 或蹲或坐在为了这最后一晚特意放在工作室里的凳子和椅子上，左手一 块三明治，右手一杯红酒，亲眼见证那些第二天要展示的精美的刺绣礼 服到达工作室，仍然需要缝制；看见模特处于昏厥的边缘。工作室的负 责人，神经绷得快要断掉，现在对就在这几个小时之内发生的奇迹大吃 一惊。塞西尔·比顿写道："观看迪奥的服装发表会，使人看到一场浪漫 而壮阔的旧时盛装游行。完美的品位，高度教化的敏感和对于传统的崇 敬，显示了迪奥对于平常人几近忘怀的事物的无限留恋和喜好，迪奥创 造了一场伟大的怀旧盛宴。"

第46节：微笑的礼服(9)

衣服的确拥有记忆。时尚望向艺术，它看到了自己。迪奥对画家、 250 雕塑家和音乐家的作品着迷，他从这些艺术家停下的地方继续前行。 他就是一位魔法师，手中持有刚刚磨光的镜子照耀这个社会，镜子里反 射出的是来自过往的社会万象。这就是为什么这些人全都在这里的原 因。他们塞满了整个楼梯，来自戏剧、文学和音乐界的名流们，从丹尼 斯·图阿尔到亨利·索格，更不用提让·科克托也在其中，所有这些热爱 迪奥的好朋友都蜂拥而至这个显得太小的工作室，角落里满是人。要知 道，这可不全是因为空间有限（虽然迪奥乐于找回学生时代的感觉，那 时他和他的朋友们对于挤在大厅的高处很满意，这样就可以轻松看到展 示了）。 这些名流说什么也不会错过迪奥的服装发布会。海伦·罗莎 （Hélène Rochas）当然也不例外，绝对不会错过哪怕一场。"迪奥的时 装发布会，是我期待已久的时刻，就仿佛歌剧季的第一晚，或者最棒的 乐队的表演……他的发布会对于其他时装设计师来说的确是个激励和 刺激，"她接着说道（当她的丈夫马塞尔于1953年去世后，海伦就接替 了他的工作），"因为他们不得不极力达到迪奥设立的奢侈的境界。"莉 莉安·罗斯切尔德夫人（Liliane de Rothschild）是另一位无论如何也不 会放弃观看迪奥的时装发布会的人。"我们都太着迷了。"这位初进社交 界的上流社会年轻女子非常喜欢"这些衣服和他们奇妙的名字，仿佛穿 越时光的旅行"。 巴黎犹如一个大剧场，在这里，今日贵族与日后他们的同伴会合。 仿佛普鲁斯特笔下奥黛特的原型仍然健在，祝贺"小克里斯汀"干的漂 亮。迪奥的衣服犹如诗意般的隐喻，对现代的奥黛特真是活色生香的诱 惑，诱惑着奥黛特们穿上这件衣服，滑入厚重而辉煌的过往。 在彩排中的某些瞬间，时常有某一件服装使在场所有观众都为之 失神，甚至找不到任何语言来描述。最后，"这是怎样的画面啊！"有人 回过神来赞叹道。这就是普鲁斯特笔下的斯万夫人"在礼服的裹衬下， 251 仿佛把精致、脱

俗、灵动的整个文明都穿在身上"。穿着礼服的阿尔贝 蒂娜使人想起"不可见的威尼斯的诱惑的影子……被阿拉伯装饰品占 据"。还有奥黛特，看着她穿着晚礼服，好似"被邀请观赏一幅文艺复兴 时期的油画"。迪奥自己总结了一下，当他说起，希望可以做一位魔法师。 "女装设计师的工作美妙极了。只有他们有权利改变一个女人，现在， 灰姑娘的仙女教母不再继续她的手艺了，已经让位给了女装设计师。但 是如果这种转变的背后没有一系列的机构组织加以支持，没有设计师从 内心发出的激情和热望的话，这种伟大的力量将会在很大程度上失去 威力和声望。奢华的礼服和壮丽的布满节日装饰的时装表演在某种程 度上满足了我们每个人内心深处对于奢华的憧憬。在我们这个灰色的世 界，女装设计师仍然可以变一点魔法。"从格朗维尔来的这个小男孩已 经实现了他的梦想。 但是迪奥透过幕布观察着观众的反应，期待观众的掌声，这并不是 一个梦想。这的确发生了。"第十四号，苏格兰……" "他们喜欢这件，先生。"一个小小的声音对着迪奥耳语。 "进展得不错。"

第47节：微笑的礼服(10)

"和上次一样好吗？" "我要说，比上次还要好。" 长久以来一直都是剧场中人，迪奥对于"鼓掌尺度"有自己特殊的 标准，帮助他判断每次展示的系列到底在多大程度上受到观众的欢迎。 迪奥只相信雷蒙德·泽纳克夫人一个人的评判。毕竟，她"通晓她的沙 龙里外的一切"，就是"闭着眼睛"也能了解观众的反应。惊叹声并不是 迪奥追求的全部，当他给他的沙龙服装起名为"狂想曲"、"波列罗舞" 和"野人"时，仿佛他最喜欢的派对或者假面舞会上的五彩碎屑一样。 这些服装的名字不仅仅是对无常的美的赞颂，也是探究迪奥的秘密世 界和灵感来源的钥匙。于是还有诸如"乌托邦"、"字谜"、"幸运星"、 252 "星座"、"占卜"和"成功"这样的名字出现，说明了克里斯汀·迪奥这 个赌徒和冒险家，甚至到了不与占星师商量就不会采取行动的地步。迪 奥这颗星越闪亮，他从神秘世界获取支持的需求就越强烈。一季又一 季，迪奥取得了一场又一场胜利，可是他可能失去的也就越多。克里斯 汀·迪奥这个名字已经价值数百万美元，现在他的品牌在世界范围内都 取得了成功，他无法承受失败。 我们总是认为足够了解自己的朋友，知道什么会伤害或者冒犯他。 时尚编辑艾丽丝·夏瓦尼，爱迪奥犹如兄长，当然也是这样想的。直到有 一天，她与亲爱的迪奥谈起巴伦西亚加这季的系列。 "我大吃一惊，"她天真地说，"简直是太棒了！" 迪奥面露不悦之色："吃惊？你？真的？" "我马上意识到我说了蠢话，"夏瓦尼回忆道，"即便是迪奥对 巴伦西亚加非常尊重和崇拜，他也必须感觉自己是世界上最好的设计 师。"她一直认为迪奥已经如此成功，应该不会对其他人产生嫉妒的情 感，在谈及他人的天赋时也会非常慷慨大方。可是出乎她的意料，迪奥 与平常人也没有不同，这让她很惊讶。 一种帝王般的权威冲动推动着迪奥不断去闪耀，让人感到炫 目…… 他的设计常常展示出夸张而凝重的触感，尤其在他设计的晚礼 服和舞会长裙上，梦想的着装带着穿着者飞跃到另外一个世界。他在 阐释设计裙底

边距地高度的时候，也是他想要闪耀的欲望，想要扬名 立万的一种表现。在每一季服装中，他利用宽度、长度、线条、轮廓而构 造的游戏都取得了巨大的社会影响。他重新翻新"新风貌"，不知疲倦 地用新的方式塑造新的女性形象，保持他的信仰--"衣服就是一小 块朝生暮死的建筑，对女性身体贡献最大能量。"这真是不可思议的比 方。曾经有人质疑迪奥是为了改变而改变，而现在迪奥因为追求永变过 253 着枯燥乏味的生活，他无法离开。他被必须改变的冲动逼得无路可走， 甚至一次在一个系列里推出了两种不同的生产线。1948年春天，Z系列 服装裁剪线条大胆，而飞翔系列后背的衣角线低低垂下，在侧面或后面 打褶，下摆展开若翅，使女人穿上它走路的时候，看起来就像要飞起来 一样。接下来的冬季系列主打翅膀，是一个强调青春和休闲感觉的产品 线，给宴会长裙增加了新的宽度。一旦他开了先例，他就不得不继续下 去。一季接着一季，一条产品线接着下一条产品线--中世纪、垂直、 斜线、缠绕、山谷百合、椭圆、长度、侧面像、郁金香。迪奥的名字开始变成了流行语，大众开始对迪奥充满期望，人们 希望在报纸头条上看到完美的服装照片。迪奥历经了创立"新风貌"后 的新闻大战，他意识到时尚也可以是新闻，如同体育、娱乐或者政治一 样。他可决不会退出这聚焦灯光的照耀。时装发布会上印刷的说明书， 都由他亲自撰写，对新的时装风潮加以总结，而且把小册子放在每一位 来观赏时装发布会的记者的椅子上。他写的这套时尚指南，不仅包括最 新的服装流行趋势，还对与之搭配的配饰的趋势也作了解说--比如 帽子、雨伞、手提包和鞋子。当然，展示的每一件衣服的细节，都明明白 白事无巨细地清楚写在册子里。每件面世的裙子都有一个名字、出生日 期，以及谱系说明。每个购买者都会收到她购买的衣服的技术文件，内 容包括产品规格，比如充分解释这件衣服采用什么样的布料制成，哪些 纽扣，如何剪裁得来，诸如此类。

第48节：微笑的礼服(11)

这位伟大的设计师很快就不得不对指责他操控了女性裙子的长 度的控诉加以抵抗和反击。"女人的裙子离地的距离有多少，本身这件事一点都不重要，"他说，"只是从我的设计整体出发的考虑的一个功能。"但是每一次创新产生的烦恼和引起的波澜都和创新的价值差不多。这显然是好莱坞制作人的观点，我们知道，在一部新电影制作出来 的时候，他们可是不得不关注裙子到底应该多长。看起来，时尚仿佛成 254 为了自己的受害者，聚光灯下众目睽睽，显得如此绝望。1950年的春夏系 列，迪奥在介绍册子中用了4页多的篇幅预测和分析他最新的设计作品 将要引发时尚记者编辑和国际买家等人的分析和批评。巴黎高级女装 业的出口销售额由迪奥公司完成了一半，甚至更多。一旦钱开始说话，设 计师本人就占到了风口浪尖上，不得不成为他所在的巨大机制的目标所 在。多亏了"新风貌"，高级女装业现在给各个层次的服装定下了基调 和标准，其中包括大众市场。因此，迪奥现在面临的是双重束缚，他不 仅要使他的定制客户满意，还要取悦大众的口味。他将自己放置在如此 进退两难的境地，这是症结所在。时尚必须要发表宣言，阐述自己，然 而再没有什么比时尚的声明的寿命更短暂的了。 迪奥是服装设计师中的诗人，很会处理特别事件，他更是公共关 系专家，在大众消费行业中是一位熟练的协调者，缔造了难以置信的现 象--他的产品成为阶层的象征，设计师的主意可以转化为一件奢侈 品，并具有无限的商业价值。 人人都知道迪奥真正的价值在哪里。他最喜欢的一个系列是1951 年的秋冬系列"长度"，在这个系列里，饱含着他一直追求的纯净"线 条"。他将灰色法兰绒长裙设计到完美，还有黑色羊毛连衣裙，展现了迪 奥永不过时的设计本质。这件设计是为社会中坚分子准备的。对于晚礼 服的设计，迪奥坚守的是"第二层皮肤"的感觉。迪奥最令人兴奋的作 品，结构并不复杂和花哨，他会提供上百种干练简洁又讨巧的新主意来 取悦他的客户。来看看他

的设计作品，长度及小腿，露肩的休闲长裙，法 兰绒鸡尾酒会套装里面是一件低领的上装，还有多功能水貂皮大衣，内 有多层可以拆下。这些衣服令巴黎为之疯狂。"可怕而奇妙的公众"是迪奥的最爱， 对他来说，巴黎是一个"呼吸着时尚空气"的城市。取悦巴黎人，是迪 奥的终极目标，在纽约的时装表演从来没能给予他像在巴黎展示时的 255 愉悦。可是对于在纽约第五大街前来参加他的时装发布会的人，他可没 有权力抱怨什么。虽然他在美国的声望甚至要超过在法国，但是他隐约 感觉到，在美国和他的故土法国之间，在审美情趣上有着无法逾越的障 碍。 美国媒体把迪奥捧上了天，但是这种称颂总是少了点什么，丢失了一 种微妙的感觉。观看迪奥的时装秀时，巴黎的观众会就细腰宽裙，或者 是一条超短裙的完美裙褶，钦佩地彼此低声讨论。比如著名的迪奥褶， 是用来避免裙摆在小腿处不合时宜地裂开，完全破坏了整体轮廓。迪 奥的裙子内里总是使用塔夫绸，更好的贴合体型，并与裙装同一布料的 很宽的一条来码边。这种微调，会使开口朝向一边。这是一种昂贵的操 作，使工作量加倍，同时也令克里斯汀·迪奥的设计如此出众--小巧 精致、细致入微的技术变革，柔软的触感，这一切完全都是艺术！ 但是美国《时代》杂志却称，"时尚之王"心里明白，他必须多来几 手，才能将美国的观众留在椅子上。在美国，什么都是大规模的。服装 发表会有2000人来参加，展示占用了百货商店整整一夹层楼层，与精心 安排的广及全美国1.8亿人口的宣传推广相配套。迪奥的裙子落下一英 寸或者两英寸，都会引起第七大街美国人的轩然大波，犹如股票市场大 跌。对迪奥来说，他的招数就是在国内，按照法国社会流行的阶层划分， 分别推出既精致又优雅的系列，而在国外就要如同一部精准调校的机 器一般，精心策划运转高速转动的轮子了。

第49节：微笑的礼服(12)

每一季都能完美变化，迪奥成为第一位跳脱出自己的时尚界限的设计师。在令他名扬四方的"新风貌"的风格尺度内完美游走，总能幻化出新变化，如此的成功，他的服装的轮廓线条越加柔和，一直达到了 顶峰。突然，他开始向后转，来了个180度的大转变，于1953年推出了"郁 金香"型服装。这几年，他已经竭其所能地开发了花冠系列，"花瓣的 256 螺旋曲线"，也就是"新风貌"的精华，逐渐失去了创新意味。从完完全 全的花冠曲线，到拓展出的相似创意服装，从精致到掺杂粗俗，迪奥是 最早意识到这一点的人。他决定履行自己高品位的原则，他的作品必须 是令人大吃一惊，出其不意的。虽然毫无疑问，他在这件事情上别无选 择。迪奥正式地埋葬了花朵一般的女人，并不留恋地多看一眼。 "大吃一惊的观众发现，风行了七年的"新风貌"仿佛在三个小时 之内就消失得无影无踪，"弗朗索瓦丝·纪荷（Francoise Giroud）写道， "取而代之的，是一副简洁宽松的装扮。如果能称为变化的，这无论如 何都是惊人的变化。时机的确成熟了。"如同在上一次时尚革命中一样， 被称为"法国卫士"的卡梅尔·斯诺也正是此次1954年至1955年系列转 变的见证人。她马上称这种风格为"沉闷风貌"，比照她对"新风貌"的 追捧，这实在不是什么恭维的词汇。虽然她就此发表了很多评论，但是 这次她的影响远不如在1947年的时候。在美国，抗议声如洪水过境，玛 丽莲·梦露也声称她遭到了侮辱（这几乎不用吃惊，"沉闷风貌"的确与 她不符）。大家攻击的所谓"沉闷风貌"的正式名称是H形服装，胸围轮 廓平直，肩部和臀部不再包裹起来，凹凸有致的感觉不见了，使女性看 起来清爽精明强干，犹如少女一般的塑型，看起来既特别又聪颖。"告 别了高耸浑圆的胸部，纤细的蛮腰和垫起的翘臀，量衣剪裁的手法返璞 归真，不经过分修饰，自然亲切，"弗朗索瓦丝·纪荷继续说道，"时尚已 经找到了更加狡猾的表达方式，使女性看起来更加可人具有诱惑力。在 追寻魅惑力

这场永恒的游戏中，牌局已重新开始。"法思和巴尔曼也相 继推出了类似的作品，但是迪奥始终主动。在高级女装业占据统治地位 的黄金时代，时尚之王仍然手握着巴士底监狱的钥匙。 然而这次，迪奥并没有中大奖。"新风貌"是在"二战"结束伊始时 推出，当时普遍物质短缺，而如今大众已经做好心理准备接受多样化 的产品。风潮不会再如1947年般突然转向，那时"新风貌"的崛起前奏 257 是由无数的媒体抗议之声开始的。但是这次的新风格并不具有"新风 貌"的争议性，它只是激起了人们的一时反抗。但是迪奥是一个输得起 的人。"我宁愿在报纸的头版看到3篇攻击我的文章，也好过在内页里看 到聊聊数行恭喜我新系列成功的消息。"他说。销售额却并没有受到影 响。1955年后推出的A形裙仍然高居巴黎出口销售额的榜首。 迪奥意识到，女人们希望自己能从早到晚地优雅，而无须回家换 装。H形后面接着推出了A形，其后又有Y形，箭形，所有这些都已长久维 持女性愉悦的外部造型为主旨。 香奈儿在一年前重新回归高级女装界，毫无疑问，这是时尚界的大 事件。其实她从没有完全离开过，她对时尚的触感简直成为法国社会的 一部分。她与迪奥完全相反，从来不给她设计的衣服取名字（就连她的 香水也只是以数字为名），经常改造男装，加以配饰，把人造珠宝运用 到极致，变化出别样女装，打造出既能在办公室穿着，也能赴宴的女装。

第50节：微笑的礼服(13)

她曾经专横地说："女人，要么过分打扮，要么不够聪明。" 虽然1953年香奈儿的第一个服装表演秀并未引起巨大的反响-- 当时迪奥正处于女装界如日中天的地位上--但是非常具有影响力的 《她》杂志的主编伊莲娜·拉扎雷夫（Hélène Lazareff）的举动却很容 易理解。她已经厌倦了对迪奥唯命是从，宣称香奈儿的下一个系列一定 胜利。香奈儿所提供的，正是所有拥有选举权、有工作的独立女性都期 待的：一位自信的女性偶像，绝不浪费任何时间--尤其在选择衣服 的时候--黑色针织衫，人造珠宝，不论晴天雨天都适宜穿着的经典套 装。《时尚》的埃德蒙德·夏尔－鲁（Edmonde Charles-Roux）这样说： "伊莲娜·拉扎雷夫，是一个居住在巴黎郊区的移民，她用香奈儿向以 大都市贵族克里斯汀·迪奥为代表的大资产阶级进行报复。"这也是新 闻媒体对这位设计师君主进行报复的机会。 每日不同时间要穿着不同的服装的理念，犹如过时的宫廷礼节一 258 般隐入历史幕后。《嘉人》杂志创刊于1954年，开创了鼓励女性对事物 进行质疑，向公众发表意见，传达女性心声的传统。"女人们总是认为 自己必须变成他人想要的样子。"著名的脱口秀节目主持人梅尼·格雷 瓜尔（Ménie Grégoire）前不久前刚刚说过这样的话。纤细、脆弱，将自 己完全屈居于丈夫权威之下的女性时代已经彻底过去。新时代的女性 清楚地知道自己的需求。如同索非亚·罗兰一样不饰雕琢，如同碧姬·芭 铎一样自然清新，如同玛丽莲·梦露那样性感撩人，或者如同芭蕾舞演 员出身的奥黛丽·赫本那样优雅，或者19岁就写出了畅销书的弗朗索 瓦丝·萨冈（Francoise Sagan）那样随性，如同安娜·玛妮亚妮（Anna Magnani）那样强大，或者如同西蒙·德·波伏娃那样成为时代的领袖。 在波伏娃的小说《一代名流》中，她描写了男孩和女孩们夜里在大街游 荡，找寻新的生活意义。不得不说，如果巴黎的花神咖啡馆的存在主义 者那时搭上了"新风貌"的时尚大潮，那也是他们渴望更好的东西。他 们的确是凭

着新浪潮运动获得了承认。 迪奥女子在这个世界上并不孤独。迪奥仅凭一己之力，将高级时装 业带上高速发展的轨道，并为之定下专业化的基调，但是现在，他发现 他的同仁们已经慢慢追赶上来。雅克·法思已经放弃了闪耀的女装设 计师的形象，采取更加适宜的商人形象，开始进军由迪奥开发的美国市 场。他试图在为富有的女性提供装扮的同时，也为大众提供衣服。凭借 着"法思全球"的牌子，他开创了一条新的年轻休闲女裙、鸡尾酒会裙 子、晚礼服的系列线，在百货商店和时装屋出售。两年后，他的某些设 计竟然卖出了10万件之多，成衣业终于证明了自己。在很长时间里，成衣 业一直因为同胞兄长高级时装业的强大而抬不起头，现在成衣业已经 发展壮大成为与高级女装业平行的巨大市场，已经得到广泛的认可。在 大众服装制造中，也划分出年轻活泼的新形象，与现代生活相适宜。在 1950年到1960年的10年间，成衣与尼龙、脚踏车、电动搅拌机、速溶汤 259 粉、免烫布料和塑料容器一样，成为人们日常生活的常用词。 然而"新风貌"的传奇，将永远作为巴黎的标志和它追求完美的精 神体现。克里斯汀·迪奥也将成为取得独一无二惊人成就的唯一一位， 其速度如此迅速，影响广及全球。这就是他这颗明星依旧如此闪亮的原 因。强大的西武集团的将迪奥引进了日本，并这样评价："如果星星也会 消逝，迪奥将会是最后陨落的一颗。" 无论如何不应遗忘，如此不朽是怎样得来的。成功耗损了迪奥的 全部精力和身体健康。既是创意者，又是企业家，迪奥在这个过程中杀 死了自己。每次新系列的诞生都伴随着无尽的焦虑，无穷无尽的旅途劳 顿和压力，多次出席公共场合的各种活动，这种种压力，使得他在十年 的时间里看起来老了20岁。在这位英雄所取得的所有声望和荣耀之下， 有着血色的不为人知的艰辛。如同魔鬼的契约，最终时刻，魔鬼必将现 身，宣布大限已至。